

# ***Destinazione Firenze: accoglienza e gestione dei visitatori nel centro storico di Firenze***



**Analisi della domanda turistica**

**Coordinamento progetto**

Giulio Mondini (SiTI), Sara Levi Sacerdotti (SiTI), Carlo Francini (Ufficio UNESCO)

**Gruppo di lavoro**

Andrea Bruno (SiTI), Francesco Carota (SiTI), Marco Cavallero (SiTI),  
Massimiliano Coda Zabetta (SiTI), Emanuela Gasca (SiTI)

Antonella Chiti (Ufficio UNESCO), Giulia Cotta (Ufficio UNESCO), Valentina Ippolito (Ufficio UNESCO),  
Manuel Marin (Ufficio UNESCO)

## Sommario

---

Introduzione.....	5
Obiettivi dello studio in Destinazione Firenze .....	5
Il questionario.....	7
La struttura e le tematiche analizzate.....	7
La rilevazione.....	10
Il piano di somministrazione.....	10
Scheda tecnica: dove e quando .....	11
Elaborazione dei dati .....	12
Domanda.....	12
Campione .....	12
Durata del soggiorno.....	15
Motivazione e attività principali di visita .....	18
Beni culturali, musei e monumenti .....	20
Fidelizzazione .....	22
Pernottamento.....	23
Accessibilità interna .....	25
Informazione .....	27
Firenze Card.....	29
Offerta .....	37
Firenze Patrimonio UNESCO.....	37
Esperienza - come e con chi .....	40
Dimensione della visita.....	40
Immagine della città .....	41
Soddisfazione .....	43
Spesa.....	45
Osservazioni conclusive .....	48
Il profilo del visitatore di Firenze .....	48

## Indice delle Tabelle

---

Tabella 1 – Il questionario d'indagine 2012 (fonte: SiTI, 2012).....	8
Tabella 2 – Frequenze lessicali degli aggettivi maggiormente indicati alla dom. 17 (fonte: SiTI, 2012)	41
Tabella 3 – Il profilo del visitatore di Firenze (fonte: SiTI, 2012).....	52

## Indice delle figure

---

Figura 1 – Dati principali della rilevazione (fonte: SiTI, 2013).....	5
Figura 2 – Il questionario di indagine somministrato ai visitatori (fonte: SiTI, 2012) .....	9
Figura 3 – Questionari somministrati per luogo di rilevazione (fonte: SiTI, 2012) .....	11
Figura 4 – Questionari somministrati per giorno di rilevazione (fonte: SiTI, 2012) .....	11
Figura 5 – Sesso degli intervistati (fonte: SiTI, 2012).....	12
Figura 6 – Età degli intervistati (fonte: SiTI, 2012).....	12
Figura 7 – Professione degli intervistati (fonte: SiTI, 2012) .....	13
Figura 8 – Provenienza degli intervistati (fonte: SiTI, 2012).....	14
Figura 9 – Regione di provenienza dei visitatori italiani (fonte: SiTI, 2012) .....	14
Figura 10 – Durata del soggiorno degli intervistati (fonte: SiTI, 2012) .....	15
Figura 11 – Incrocio: dimensione della visita - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012).....	16
Figura 12 – Incrocio: mese di visita - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012).....	16
Figura 13 – Incrocio: età - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012).....	17
Figura 14 – Incrocio: fidelizzazione - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012).....	17
Figura 15 – Motivazione alla visita del campione (fonte: SiTI, 2012) .....	18
Figura 16 – Migliore durata della visita secondo gli intervistati (fonte: SiTI, 2012) .....	19
Figura 17 – Incrocio: migliore durata della visita - permanenza (SiTI, 2012).....	19
Figura 18 – Attività svolte durante il soggiorno (fonte: SiTI, 2012) .....	19
Figura 19 – Incrocio: attività svolte - età (fonte: SiTI, 2012) .....	20
Figura 20 – Attrattori più visitati (fonte: SiTI, 2012) .....	21
Figura 21 – Fidelizzazione degli intervistati (fonte: SiTI, 2012) .....	22
Figura 22 – Incrocio: fidelizzazione - attrattori più visitati (fonte: SiTI, 2012) .....	23
Figura 23 – Luogo di pernottamento degli intervistati (fonte: SiTI, 2012).....	24
Figura 24 – Sistemazione dei pernottanti (fonte: SiTI, 2012) .....	24
Figura 25 – Incrocio: luogo di pernottamento - sistemazione (fonte: SiTI, 2012).....	25
Figura 26 – Accessibilità interna (fonte: SiTI, 2012).....	26
Figura 27 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - accessibilità interna (fonte: SiTI, 2012).....	26
Figura 28 – Fonti d'informazione utilizzate per organizzare la visita (fonte: SiTI, 2012).....	27
Figura 29 – Incrocio: fonte informazione - età (fonte: SiTI, 2012) .....	28
Figura 30 – Incrocio: fonte informazione - provenienza (fonte: SiTI, 2012).....	28
Figura 31 – Andamento giornaliero delle vendite della FI Card (fonte: Comune di Firenze, 2012).....	29
Figura 32 – Utilizzo della Firenze Card (fonte: SiTI, 2012).....	30
Figura 33 – Soddisfazione riguardo alla Firenze Card (fonte: SiTI, 2012) .....	30
Figura 34 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - attrattori più visitati (fonte: SiTI, 2012) .....	31
Figura 35 – Musei convenzionati FI Card all'interno del questionario (fonte: SiTI, 2012) .....	32
Figura 36 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012) .....	33
Figura 37 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - età degli intervistati (fonte: SiTI, 2012).....	33
Figura 38 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - fonte di informazione (fonte: SiTI, 2012).....	34
Figura 39 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - provenienza (fonte: SiTI, 2012) .....	35
Figura 40 – Incrocio: “la conosco ma non la utilizzo” – soddisfazione (fonte: SiTI, 2012).....	36
Figura 41 – Incrocio: durata della permanenza – utilizzo della FI Card (fonte: SiTI, 2012) .....	36
Figura 42 – Consapevolezza dell'iscrizione del Centro Storico nella Lista UNESCO (fonte: SiTI, 2012)	37
Figura 43 - Il logo dei beni Patrimonio Mondiale .....	37
Figura 44 – Conoscenza e spiegazione del logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012).....	38
Figura 45 – Incrocio <i>domanda 9</i> – conoscenza e spiegazione logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012).....	38

Figura 46 – Incrocio: età – conoscenza e spiegazione logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012).....	39
Figura 47 – Incrocio: provenienza – conoscenza e spiegazione logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012) .....	39
Figura 48 – Dimensione della visita (fonte: SiTI, 2012).....	40
Figura 49 – Incrocio: dimensione della visita – età (fonte: SiTI, 2012).....	40
Figura 50 – Incrocio: dimensione della visita – provenienza (fonte: SiTI, 2012) .....	41
Figura 51 – Due elaborazioni grafiche, realizzate tramite il software Wordle, che mostrano le “nuvole” di aggettivi positivi e negativi più ricorrenti tra quelli indicati dai visitatori (fonte: SiTI, 2012) .....	42
Figura 52 – Soddisfazione degli intervistati (fonte: SiTI, 2012).....	43
Figura 53 – Soddisfazione media (fonte: SiTI, 2012) .....	44
Figura 54 – Soddisfazione complessiva sul soggiorno (fonte: SiTI, 2012).....	44
Figura 55 – Distribuzione delle risposte alla domanda 20 (fonte: SiTI, 2012).....	45
Figura 56 – Voci di spesa per cui è stato sostenuto un maggior esborso (fonte: SiTI, 2012).....	46
Figura 57 – Incrocio: spesa - età (fonte: SiTI, 2012).....	46
Figura 58 – Incrocio: spesa – provenienza (fonte: SiTI, 2012).....	47

## Introduzione

---

### Obiettivi dello studio in Destinazione Firenze

Il documento che segue presenta i risultati dell'indagine sulla domanda turistica che, all'interno del progetto "Destinazione Firenze: accoglienza e gestione dei visitatori nel centro storico di Firenze", è stata svolta da SiTI in stretta collaborazione con l'Ufficio UNESCO del Comune di Firenze durante l'estate 2012. I luoghi di svolgimento dell'indagine sono stati 7 musei e un polo dell'Agenzia del Turismo (i dettagli della somministrazione verranno esplicitati nei paragrafi successivi).

La figura che segue pone in risalto i dati principali della rilevazione.

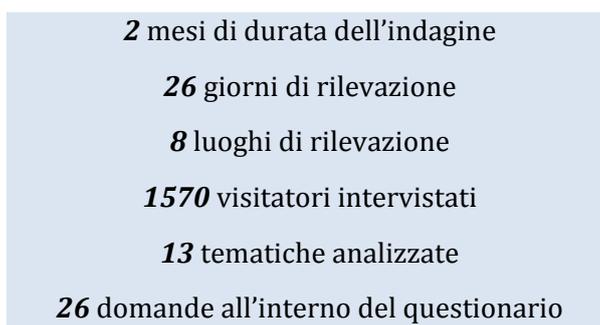


Figura 1 – Dati rilevati (fonte: SiTI, 2013)

Gli obiettivi dell'indagine sono:

1. comprendere il **profilo socio – economico** del turista del Centro Storico di Firenze;
2. analizzare le sue **caratteristiche** da un punto di vista qualitativo circa gli aspetti della vacanza presso il centro storico (durata, attrattori visitati, spesa, luogo e tipologia di alloggio).

Per quanto riguarda le tematiche analizzate, rispetto alla letteratura che ha affrontato le destinazioni culturali più note (World Tourism Organization, 2005; OECD, 2009; Osservatorio Nazionale del Turismo, 2009), il questionario presenta alcuni caratteri di novità che riguardano per esempio la tipologia di alloggio, l'accessibilità interna al centro storico e la soddisfazione.

L'indagine contiene inoltre alcuni elementi di interesse sia dal punto di vista del legame tra **Patrimonio UNESCO e visitatori**, sia per quanto riguarda la **realtà turistica fiorentina attuale**.

Oltre agli elementi riportati precedentemente, infatti, viene approfondito, con domande strutturate *ad hoc*:

- *utilizzo della Firenze Card*, strumento integrato di visita di recente attivazione, che permette una soluzione di visita integrata ad un prezzo standardizzato. Rispetto a questo tema viene anche indagato il grado di soddisfazione dell'utente;
- *percezione del logo UNESCO* e capacità del visitatore di spiegarlo in modo corretto.

Anche la lettura incrociata delle informazioni qualitative con la visita ai musei permette da un lato di avere un ventaglio molto ampio dell'offerta culturale del centro storico (38 attrattori) rispetto al quale è stata effettuata l'analisi e, dall'altro, di leggere in modo critico i dati quantitativi ufficiali forniti dalle fonti statistiche (Provincia di Firenze, 2012).

Il documento che si sviluppa nelle pagine che seguono, dopo una breve introduzione relativa alla somministrazione (ai luoghi e al periodo della stessa), è stato suddiviso in macro ambiti di indagine e per ciascuno si riporta il testo della domanda, l'elaborazione grezza dei risultati attraverso grafici dedicati e incroci con altre domande in modo da avere un risultato il più possibile trasversale.

## Il questionario

---

### La struttura e le tematiche analizzate

L'analisi qualitativa della domanda turistica è stata condotta mediante la somministrazione ai turisti di un questionario di 26 domande realizzato da SiTI in collaborazione con l'ufficio UNESCO del Comune di Firenze. Il questionario è stato elaborato grazie all'analisi della letteratura e delle esperienze di indagine condotte in ambiti simili ed è stato organizzato in macro-ambiti di interesse, nello specifico si è proposto di indagare le seguenti tematiche:

- *dati socio – economici* relativi al profilo dell'intervistato: domande 23 – 26;
- *motivazione della visita* al territorio, dalla quale emerge (attraverso la richiesta all'utente di indicare una sola risposta) cosa principalmente ha spinto il visitatore a recarsi a Firenze: domanda 8;
- *accoglienza*, per rilevare se il visitatore sia un escursionista (la cui permanenza sul territorio rientra all'interno di una giornata) o un turista (analizzando quindi il numero di notti del soggiorno): domande 1 e 10 – 11;
- *accessibilità interna*: domanda 12;
- *dimensione della visita*, per comprendere se il turista sta viaggiando da solo o in gruppo: domanda 2;
- *fidelizzazione*: domande 3 – 4;
- *informazione*, ed in particolare quali sono stati i canali privilegiati che il turista ha utilizzato come fonte per organizzare la visita: domanda 13;
- *attrattori visitati*, in riferimento ai musei e agli attrattori presenti all'interno del centro storico di Firenze: domanda 5;
- *spesa*, rispetto alla quale si chiede al turista di esprimere quali sono state le tre voci di spesa per cui ha affrontato l'esborso maggiore: domanda 20;
- *attività svolte*: domanda 14;
- *tempo dedicato alla visita del centro storico e migliore durata per visitare Firenze*: domande 15 – 16;
- *soddisfazione*: domande 18 – 19;
- *consapevolezza rispetto all'iscrizione della città nella lista del Patrimonio Mondiale UNESCO e conoscenza del relativo logo*: domande 9 e 21 – 22;
- *immagine della città* tramite l'indicazione da parte dei turisti di un aggettivo che la descriva: domanda 17;
- *conoscenza, utilizzo e giudizio dei visitatori riguardo alla Firenze Card*: domande 6 – 7;

Nella tabella che segue è riportata la struttura del questionario, con l'indicazione delle domande relativamente ai 16 gruppi di analisi appena descritti.

Tabella 1 – Il questionario d'indagine 2012 (fonte: SiTI, 2012)

<b>Campione</b>	
23	Provenienza
24	Sesso
25	Età
26	Professione
<b>Motivazione della visita</b>	
8	Qual è il motivo principale per il quale si trova a Firenze?
<b>Accoglienza</b>	
1	Quando è arrivato a Firenze? Quando tornerà a casa?
10	In quale città alloggia?
11	Dove alloggia?
<b>Dimensione sociale della visita</b>	
2	Lei sta viaggiando in compagnia di?
<b>Fidelizzazione</b>	
3	È la prima volta che visita Firenze?
4	Se ha indicato "NO" quante volte ci è già stato?
<b>Informazione</b>	
13	Dove ha trovato l'informazione per organizzare il viaggio?
<b>Attrattori visitati</b>	
5	Cosa ha visitato/intende visitare durante questo viaggio a Firenze?
<b>Spesa</b>	
20	Per quale delle seguenti voci ha speso/pensa di spendere di più durante il suo soggiorno a Firenze?
<b>Attività svolte</b>	
14	Cosa ha fatto/farà durante la sua permanenza a Firenze?
<b>Tempo dedicato alla visita</b>	
15	Quanto tempo dedicherà alla visita del centro storico?
16	Secondo lei, qual è la migliore durata per visitare Firenze?
<b>Soddisfazione</b>	
18	Per ogni tema ci può dare la sua opinione?
19	Qual è la sua opinione complessiva del suo soggiorno a Firenze?
<b>Patrimonio Mondiale UNESCO</b>	
9	È a conoscenza del fatto che il centro storico di Firenze sia iscritto nella lista del Patrimonio Mondiale?
21	Riconosce questo logo?
22	Se "SI" quale significato ha secondo lei?
<b>Immagine della città</b>	
17	Indichi un aggettivo con il quale definirebbe la città
<b>Firenze Card</b>	
6	Ha utilizzato/pensa di utilizzare/conosce la <i>Firenze Card</i> ?
7	Se conosce e/o ha utilizzato la <i>Firenze Card</i> , qual è la sua opinione in merito?



## La rilevazione

---

### Il piano di somministrazione

L'indagine sui visitatori si è svolta tramite la distribuzione di un questionario standardizzato agli ingressi e presso le biglietterie dei musei. Il campionamento è stato effettuato mediante il metodo probabilistico casuale, in base al quale ciascun membro della popolazione oggetto di indagine ha identica probabilità di essere scelto. La distribuzione e la rilevazione delle informazioni mediante il questionario, invece, è avvenuta in sette musei del centro storico e presso l'Ufficio Informazioni Turistiche della Provincia di via Cavour utilizzando due modalità distinte. In quattro di questi luoghi di somministrazione (il museo di Santa Maria Novella, il museo Bardini, il museo Stibbert e l'Ufficio Informazioni Turistiche di via Cavour 1) ci si è avvalsi dell'aiuto del personale presente in loco per distribuire i questionari agli intervistati che lo compilavano autonomamente. Nella restante metà dei luoghi di rilevazione i visitatori erano invece affiancati da un intervistatore.

Significativa è stata l'eterogeneità applicata nella selezione dei luoghi individuati per la rilevazione, i quali sono stati scelti in modo che permettessero di coprire in maniera esaustiva l'insieme dei musei fiorentini in base alla tipologia di gestione:

- i *musei statali*, ossia appartenenti al Polo Museale Fiorentino (museo degli Uffizi e Galleria dell'Accademia);
- i musei appartenenti alla rete dei *Musei Civici Fiorentini* (museo di Santa Maria Novella, Palazzo Vecchio e museo Bardini);
- i musei gestiti da *fondazioni private* (museo di Santa Croce e museo Stibbert).

Siccome la popolazione di interesse, i visitatori dei musei fiorentini, è costituita da quasi quattro milioni di visitatori<sup>1</sup> è stato predisposto un piano di somministrazione questionari molto consistente, che ha visto un numero finale di questionari compilati di 1570, numero nettamente maggiore rispetto al campione considerato rappresentativo per questa indagine.

Anche il periodo di raccolta dei dati è stato predisposto al fine di rendere il campione il più rappresentativo possibile della popolazione nel suo complesso. La rilevazione è avvenuta nei giorni settimanali di *sabato, domenica e mercoledì*, dal 4 agosto al 30 settembre 2012. L'intento, in questo caso, era di equilibrare la somministrazione dei questionari e la raccolta dei dati tra giorni feriali e festivi, anche per mettere in evidenza eventuali differenze tra i visitatori del weekend e quelli che si recano nella città nei giorni infrasettimanali<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Secondo le stime del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, nel 2011 i visitatori dei musei di Firenze sono stati, considerando sia i paganti che i non paganti, 3.919.674.

<sup>2</sup> Solo nel museo di Santa Maria Novella, il cui giorno di chiusura cade di mercoledì, la somministrazione è stata effettuata nel giorno feriale di lunedì.

### Scheda tecnica: dove e quando

Gli istogrammi che seguono mostrano la numerosità dei questionari raccolti presso i poli prescelti per la somministrazione e la distribuzione temporale della somministrazione medesima nel periodo di riferimento dell'indagine.

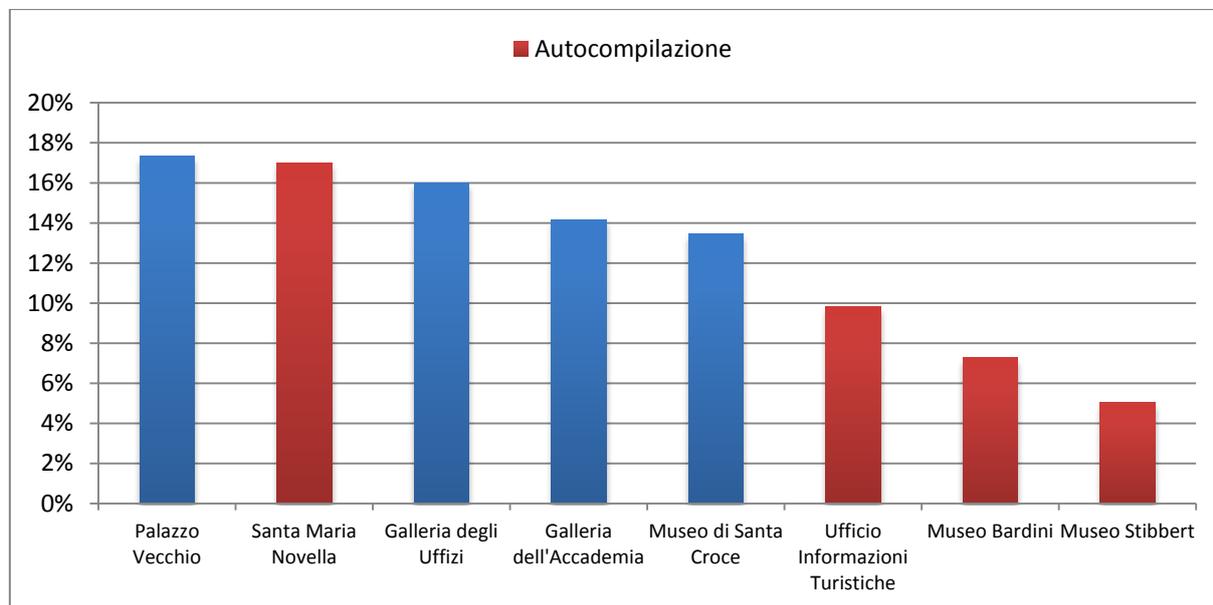


Figura 3 – Questionari somministrati per luogo di rilevazione (fonte: SiTI, 2012)

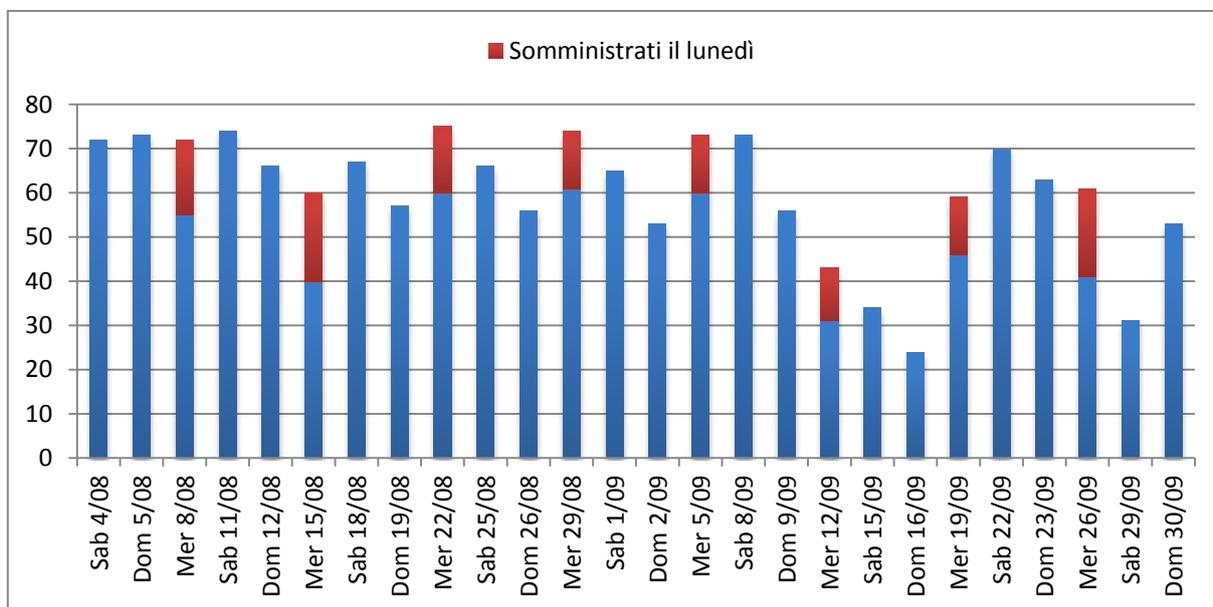


Figura 4 – Questionari somministrati per giorno di rilevazione (fonte: SiTI, 2012)

## Elaborazione dei dati

### Domanda

#### Campione

I grafici che seguono intendono tracciare le caratteristiche principali del profilo socio-economico dei visitatori.

#### Genere - domanda 24

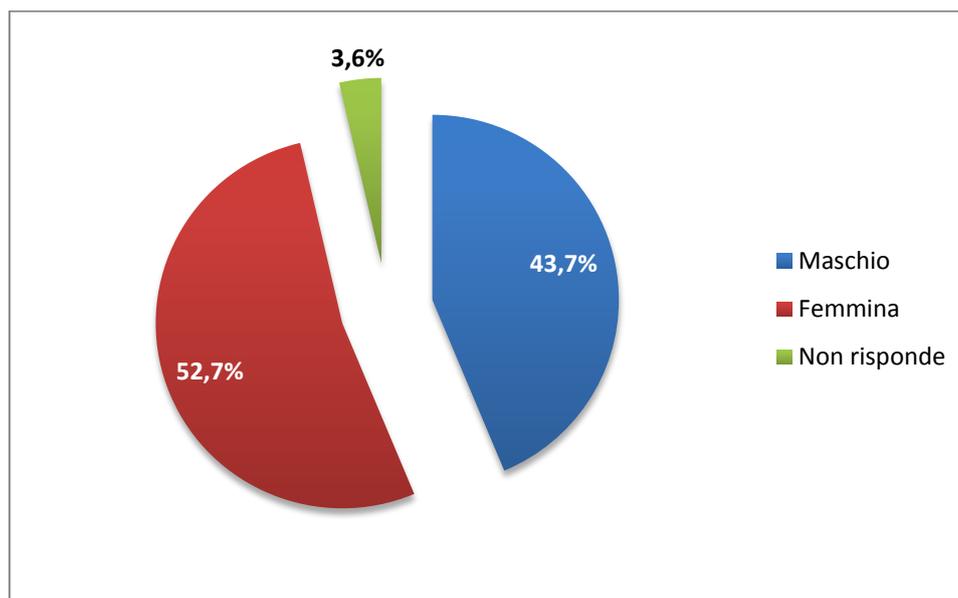


Figura 5 - Sesso degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

#### Età - domanda 25

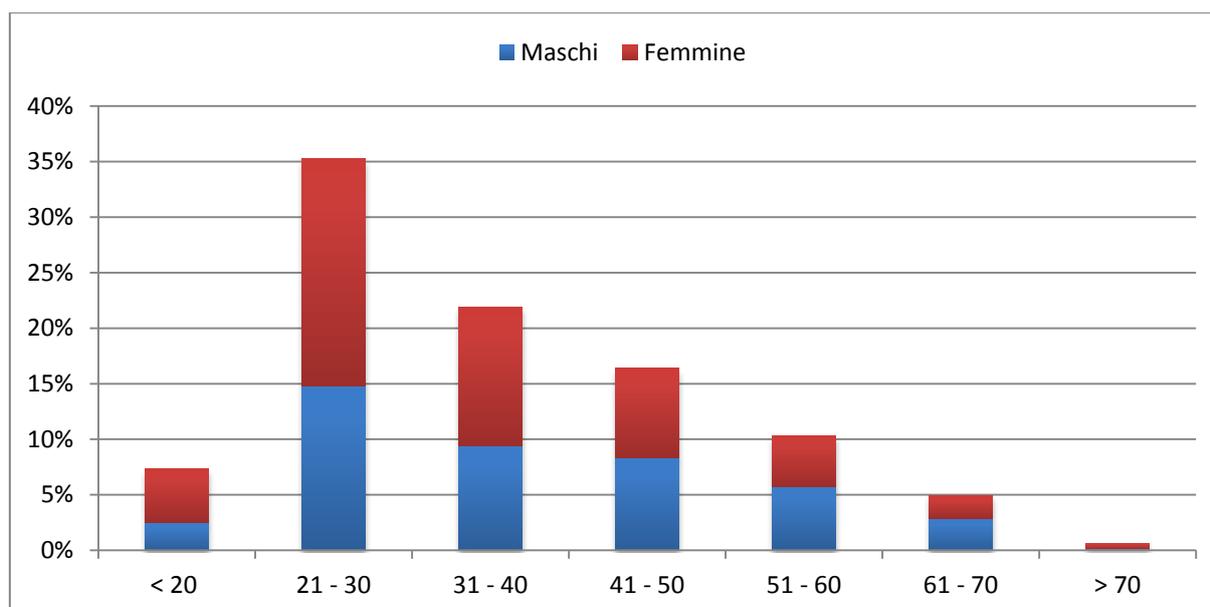


Figura 6 - Età degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

Le donne sono poco più di metà campione e la distribuzione anagrafica vede prevalere i giovani: le prime tre classi di età racchiudono circa il 65% del campione, mentre la classe modale è quella 21-30 anni (35,5%). L'età media è di 36,9 anni (la mediana è 43 anni). Possiamo notare che gli uomini superano la percentuale di donne solo nelle classi di età superiori ai 40 anni.

### **Professione - domanda 26**

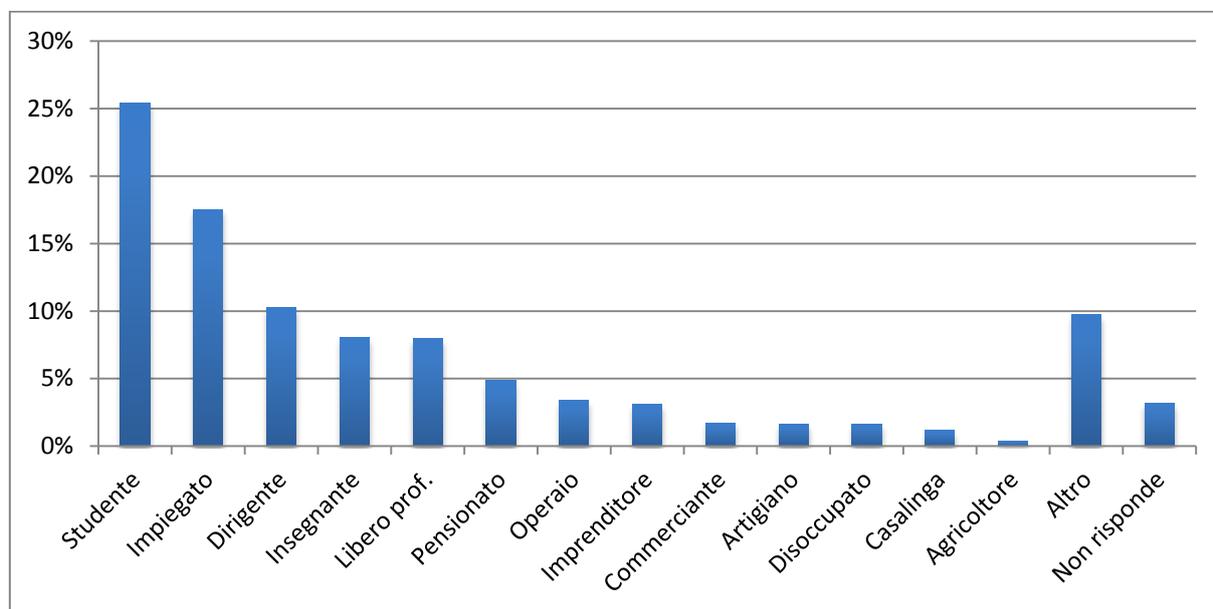


Figura 7 – Professione degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

La distribuzione delle professioni conferma quanto visto in merito all'età: un quarto del campione è infatti composto da studenti. Possiamo anche notare come prevalgano professioni definite dall'ISTAT<sup>3</sup> come "intellettuali" o "tecniche" (studente, impiegato, dirigente, insegnante, libero professionista) rispetto a quelle tradizionalmente meno qualificate (operaio, artigiano, casalinga, agricoltore), non è azzardato quindi supporre, nonostante non fosse presente nel questionario una domanda specifica in merito al titolo di studio, di trovarci di fronte ad un campione con una elevata dotazione di capitale culturale. Essendo Firenze una città d'arte, ricca di storia e con un patrimonio artistico straordinario, è infatti logico che essa attragga soprattutto un target particolarmente interessato a questa tipologia di offerta. Tra le professioni più segnalate alla voce **Altro** troviamo: infermiere, medico, ricercatore e ingegnere.

<sup>3</sup> ISTAT, Nomenclatura e classificazione delle Unità Professionali, reperibile all'indirizzo <http://cp2011.istat.it>

### Provenienza - domanda 23

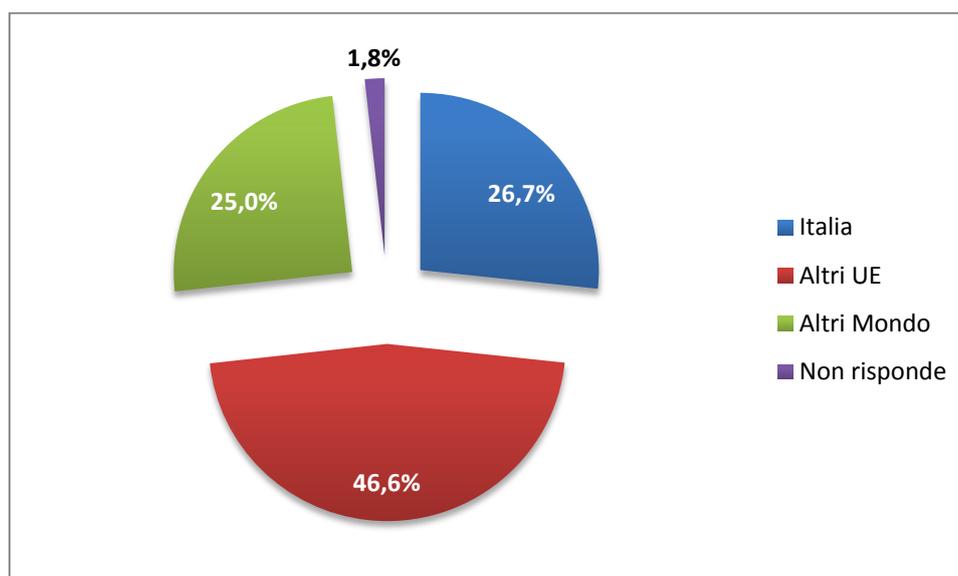


Figura 8 – Provenienza degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

In prima analisi diciamo che il campione risulta essere costituito per il 71,6% da turisti stranieri contro il 26,7% di italiani: valori che rispecchiano in linea di massima la composizione della domanda turistica che precedenti studi hanno evidenziato<sup>4</sup>. Poco più di un quarto del campione è composto da visitatori italiani e un altro quarto da visitatori provenienti da Paesi extra europei, soprattutto dagli USA (8,4% del campione totale), Canada (2,9%) e Australia (1,9%). Il restante 46,6% dei visitatori proviene da Paesi europei, in particolare Francia (18,7%), Regno Unito (8,7%), Spagna (5%) e Germania (4,1%). Questi dati mostrano come Firenze sia una meta estremamente ben posizionata sul mercato turistico internazionale: più del 70% del campione proviene infatti dall'estero.

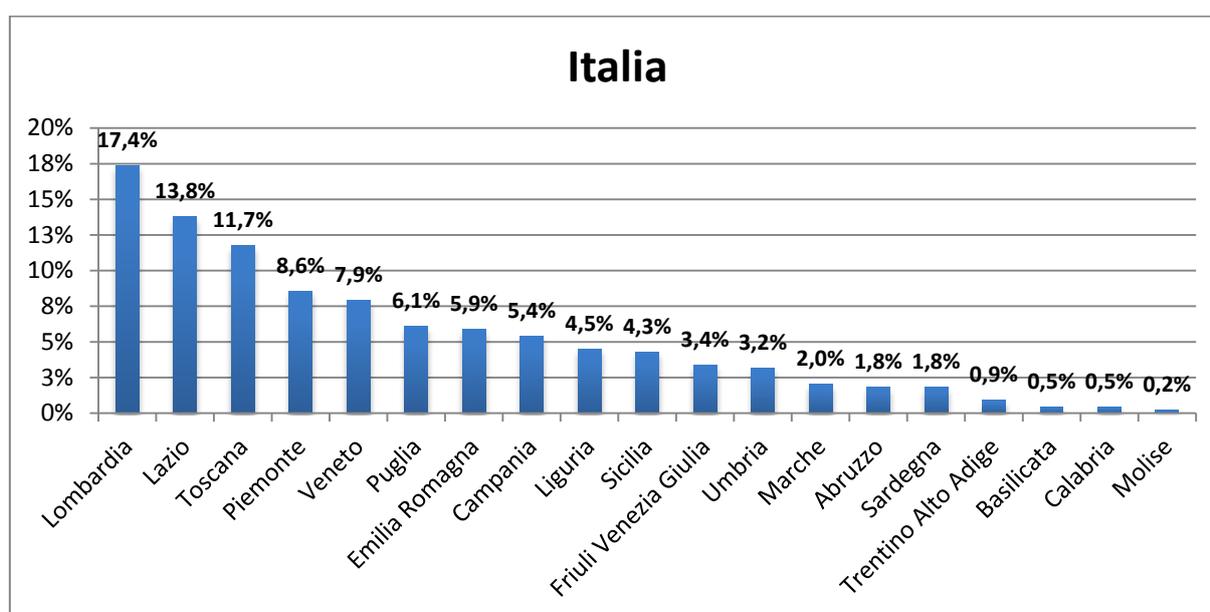


Figura 9 – Regione di provenienza dei visitatori italiani (fonte: SiTI, 2012)

<sup>4</sup> I dati statistici ufficiali sono disponibili sul sito della provincia di Firenze

All'interno del territorio italiano la regione più rappresentata in quanto a provenienza è la Lombardia (17,4% degli italiani, 5% del campione totale), seguita dal Lazio (13,8%) e al terzo posto la Toscana (11,7%) indice, quest'ultimo dato, del fatto che il turismo di prossimità è comunque abbastanza forte. Le tre regioni appena elencate insieme a Piemonte (8,6%) e Veneto (7,9%) coprono più del 60% dei visitatori italiani, che provengono quindi da tre regioni settentrionali e da due del Centro.

### **Durata del soggiorno**

L'obiettivo di questa domanda era di comprendere se i visitatori dei musei fiorentini fossero escursionisti<sup>5</sup> o turisti pernottanti e, in questo caso analizzare la durata della vacanza. È bene precisare che il fine di questa domanda era indagare la durata della visita dei turisti all'interno della città. In questo senso, un turista straniero che si trattienga per un periodo anche lungo in Italia ma per il quale la visita a Firenze rappresenta solo una tappa giornaliera del proprio viaggio, è considerato al fine dell'analisi un'escursionista.

### **Quando è arrivato a Firenze? Quando tornerà a casa? – domanda 1**

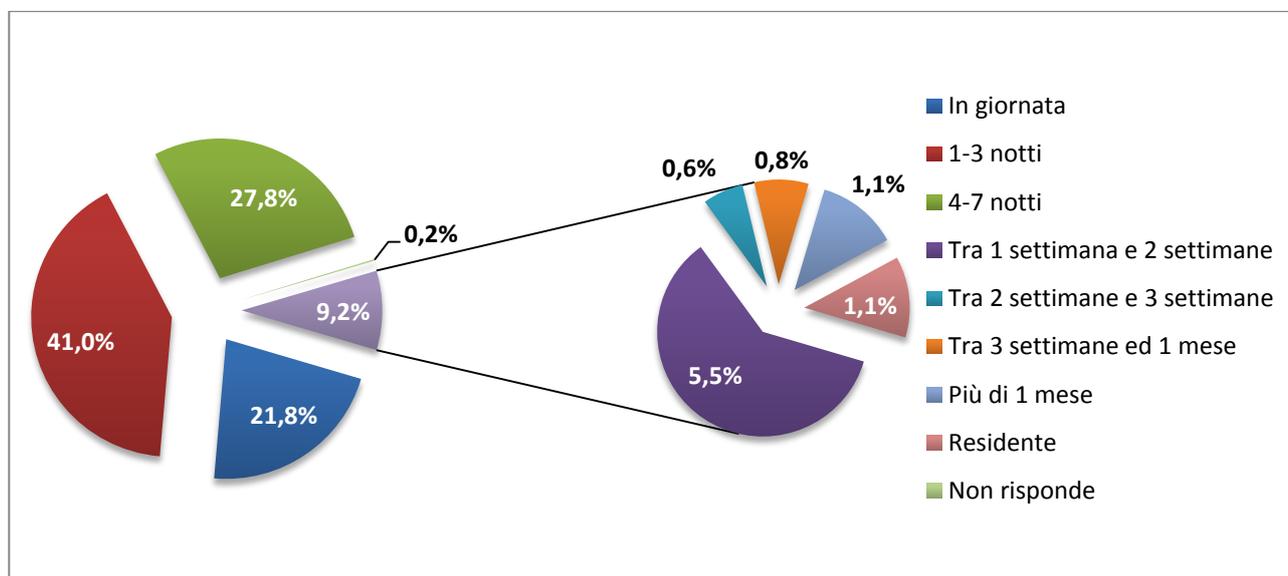


Figura 10 – Durata del soggiorno degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

Il 21,8% del campione è composto da escursionisti che si trattengono a Firenze solo per una giornata, mentre per il restante 78% si tratta di turisti, che quindi pernottano sul territorio oggetto dell'indagine. Ben il 41% del campione soggiorna da una a tre notti, mentre quasi il 28% dalle 4 alle 7 notti. Il rimanente 9,2% che pernotta per più di una settimana è composto al 60% da chi si ferma da una fino a due settimane (5,5% del campione totale). Solo l'1,1% degli intervistati ha dichiarato di risiedere in Firenze.

<sup>5</sup> Si ricorda che, secondo la definizione dell'Organizzazione Mondiale del Turismo l'escursionista è colui che: (1) si sposta dalla propria località di residenza per recarsi verso un altro luogo; (2) per un periodo di tempo inferiore alle 24 ore; (3) per motivi diversi dall'esercizio di un'attività remunerata dal luogo di destinazione.

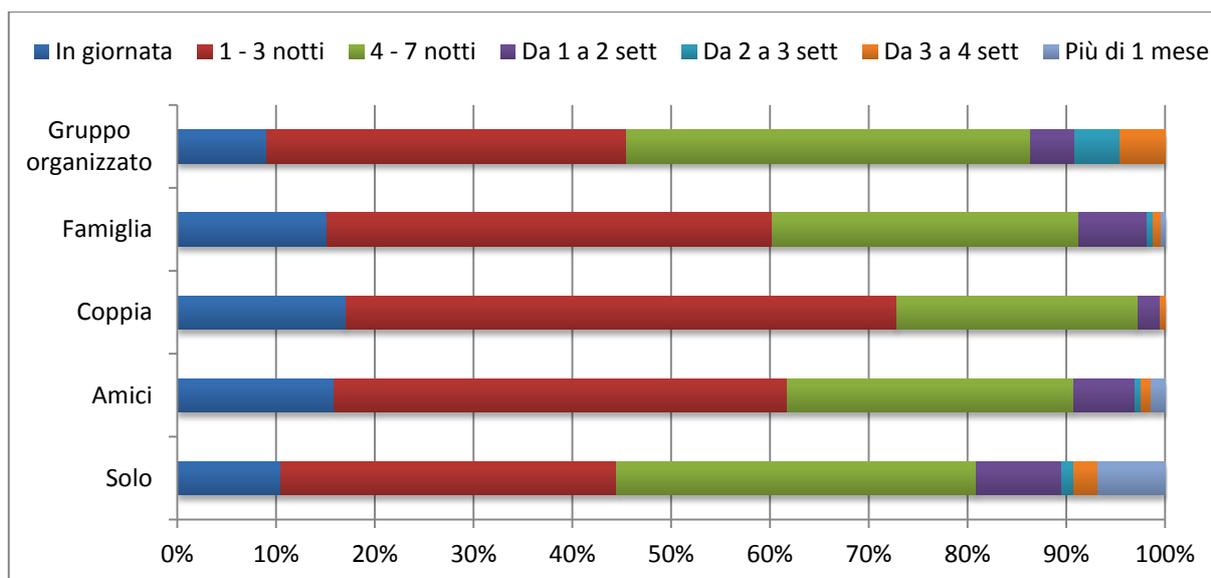


Figura 11 – Incrocio: dimensione della visita - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

L'elaborazione grezza dei dati relativi alla dimensione della visita sarà presentata in seguito ma si è ritenuto interessante anticipare alcuni risultati per metterli in relazione con la durata del soggiorno. Infatti, incrociando la dimensione della visita con la durata della stessa si evince come non tutte le categorie di visitatori ricalchino la distribuzione dei pernottamenti del campione totale. Chi viaggia da solo o all'interno di un gruppo organizzato tende a trattenersi per periodi superiori alle tre notti, mentre è interessante notare come invece più del 70% di chi visita la città con il partner notti si tratti per un massimo di tre notti.

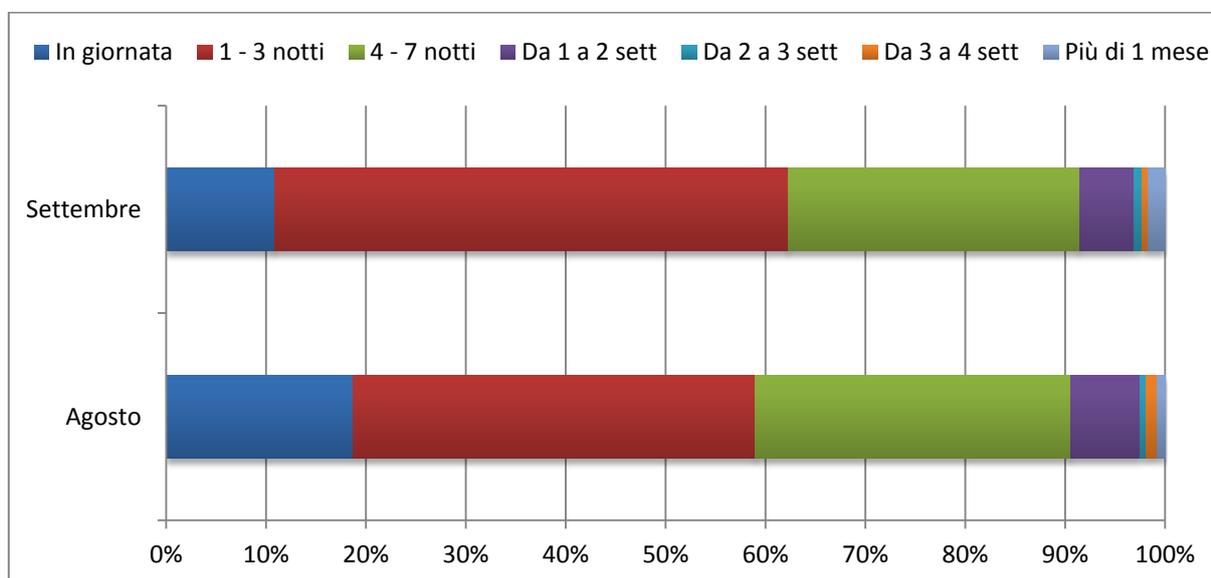


Figura 12 – Incrocio: mese di visita - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

Le interviste, come si è detto, sono state effettuate nei mesi di agosto e settembre 2012, è possibile dunque chiedersi se la disaggregazione per mese di somministrazione del questionario permetta di avere una visione più chiara della durata del soggiorno. Si può notare che mentre la percentuale degli escursionisti in agosto sfiora il 20%, questa classe è quasi dimezzata in settembre, mese in cui supera di poco il 10%. La differenza tra queste due quote dipende quasi completamente dall'aumento in

settembre di coloro che pernottano da una a tre notti, mentre tutte le altre classi restano per lo più invariate nei due mesi di indagine. Gli escursionisti sono quindi circa il doppio in agosto rispetto a settembre, mentre in quest'ultimo mese i visitatori che pernottano fino a tre notti sono circa il 25% in più.

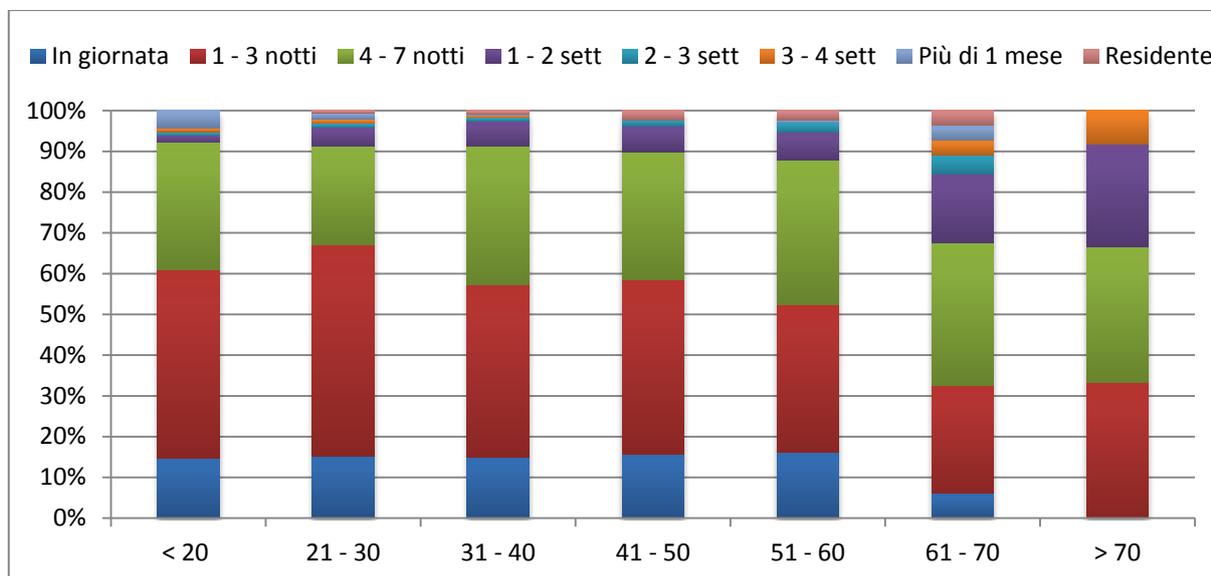


Figura 13 – Incrocio: età - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

Incrociano i dati sulla durata del soggiorno con l'età si può notare come fino ai 60 anni circa il 90% dei visitatori di ciascuna classe anagrafica pernotti per un massimo di 7 notti, mentre tra coloro che hanno un'età superiore tende ad aumentare la quota di chi si trattiene sul territorio per un tempo più lungo e a diminuire la percentuale degli escursionisti.

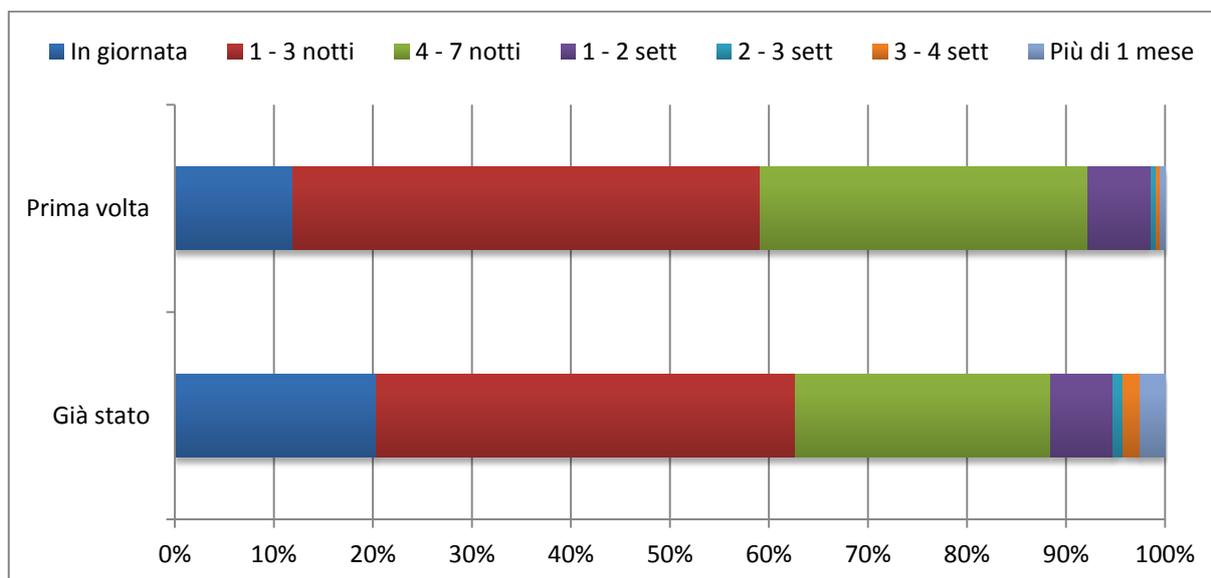


Figura 14 – Incrocio: fidelizzazione - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

Dividendo il campione tra chi è alla prima visita e i restanti visitatori è possibile notare che, per quanto riguarda la durata del soggiorno, tra coloro che tornano a Firenze è maggiore la percentuale degli escursionisti e di coloro che si trattengono per periodi superiori a 2 settimane, mentre è minore la quota di chi pernotta dalle 4 alle 7 notti. Quindi laddove esiste il fenomeno della fidelizzazione i

visitatori preferiscono “vivere” la città per periodi più lunghi o tornarvi senza pernottare. Da questo punto di vista, come si vedrà (cfr. Figura 21), sarà possibile fare una riflessione analoga anche in relazione agli attrattori più visitati.

### Motivazione e attività principali di visita

#### Qual è il motivo principale per il quale si trova a Firenze? – domanda 8

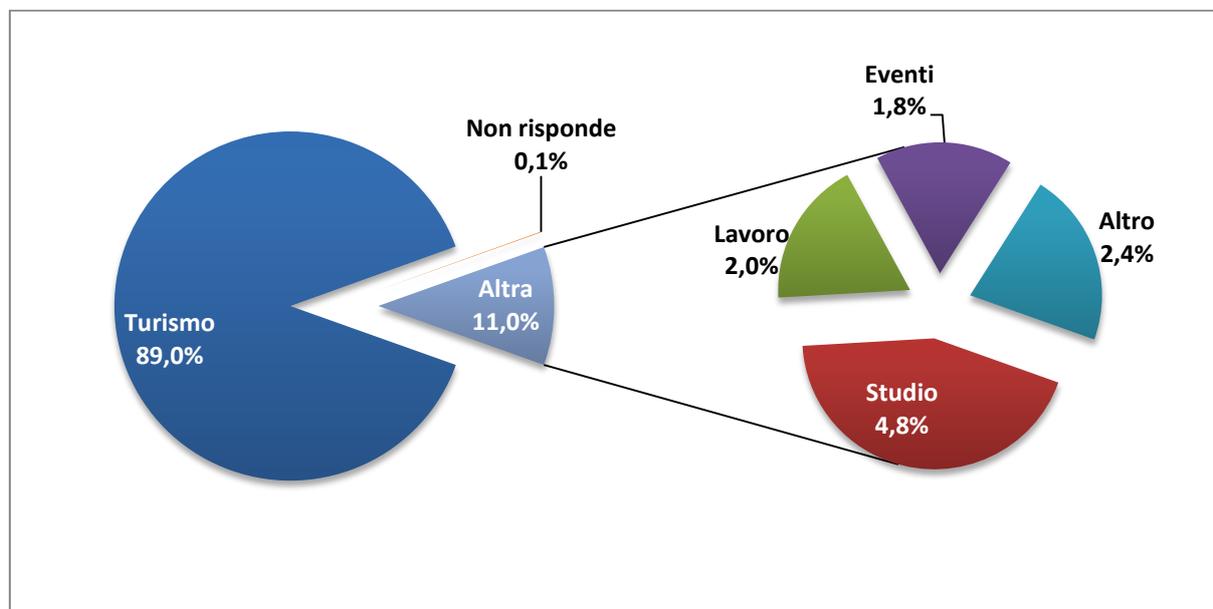


Figura 15 – Motivazione alla visita del campione (fonte: SiTI, 2012)

L'89% del campione si trova a Firenze in vacanza e quindi per questa percentuale di visitatori la visita al museo rientra in una deliberata scelta di utilizzo del proprio tempo libero. Del rimanente 11%, poi, poco meno della metà dichiara di essere in viaggio per motivi di studio. Quindi in definitiva solo il 6,2% del campione può essere fatto rientrare nella categoria dei visitatori “occasionalni” di musei, per i quali è meno forte la motivazione personale.

#### Secondo lei qual è la migliore durata per visitare Firenze? – domanda 16

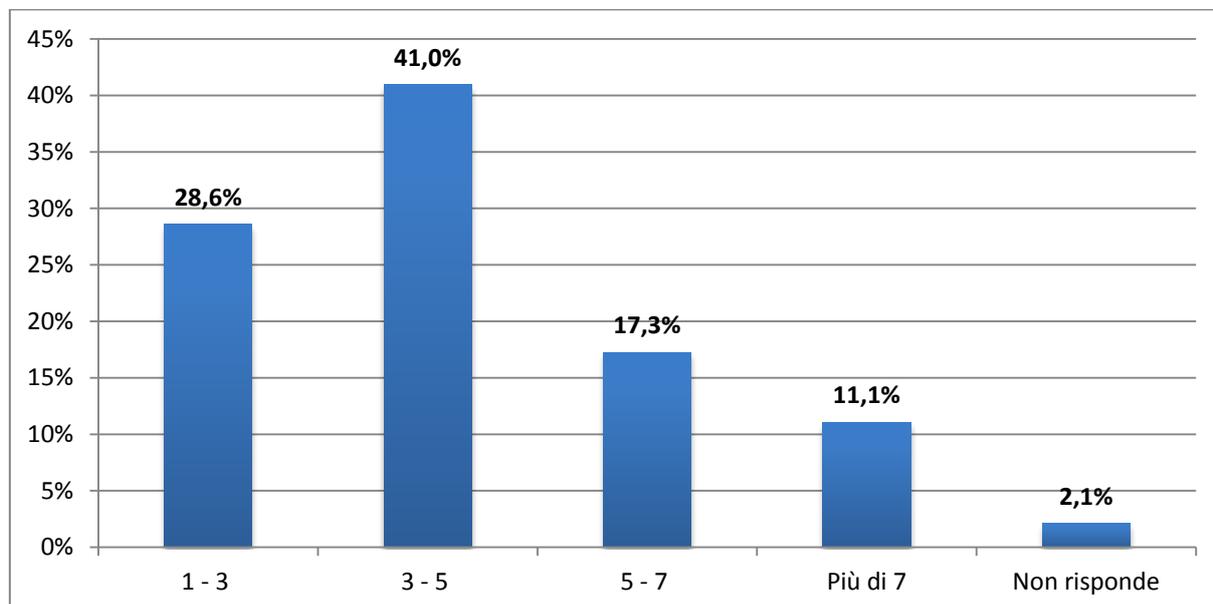


Figura 16 – Migliore durata della visita secondo gli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

Il 41% del campione considera una permanenza di 3-5 giorni come ideale per visitare la città. Al secondo posto si colloca una permanenza più breve, di 1-3 giorni (28,6%), e a seguire quelle più lunghe: 5-7 giorni (17,3%) e più di 7 giorni (11,1%).

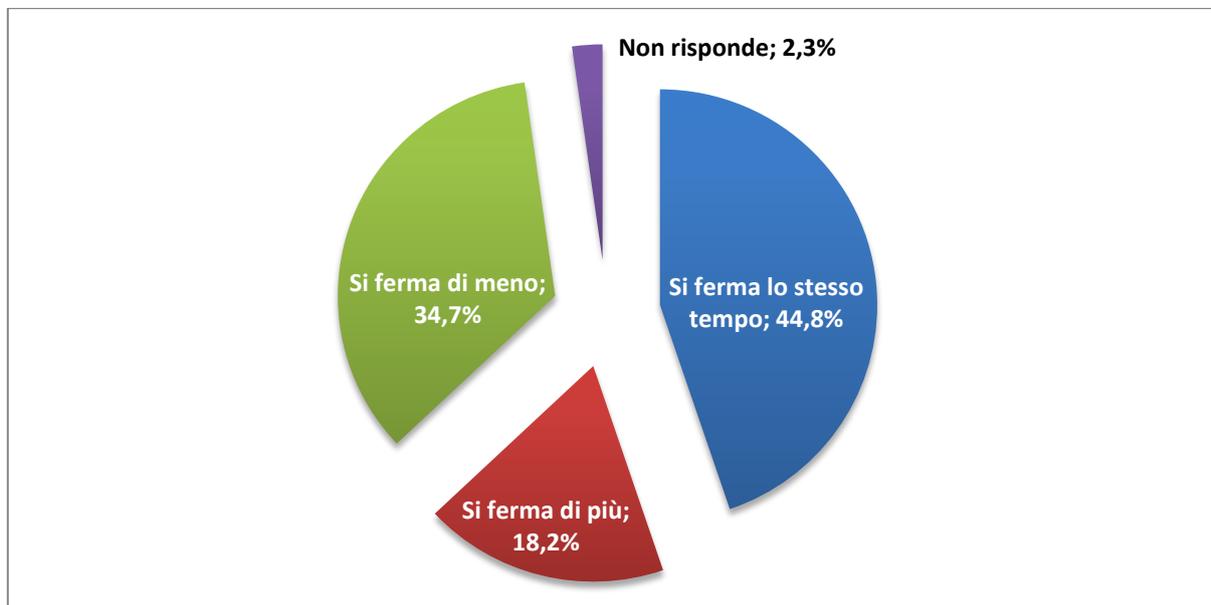


Figura 17 – Incrocio: migliore durata della visita - permanenza (SiTI, 2012)

Il 45% degli intervistati si trattiene a Firenze per un periodo che corrisponde a quello che loro indicano come la migliore durata per visitarla. Il 35% si ferma per un periodo inferiore a quello considerato migliore mentre il 18% per un periodo che è superiore.

***Cosa ha fatto/farà durante la sua permanenza a Firenze? – domanda 14***

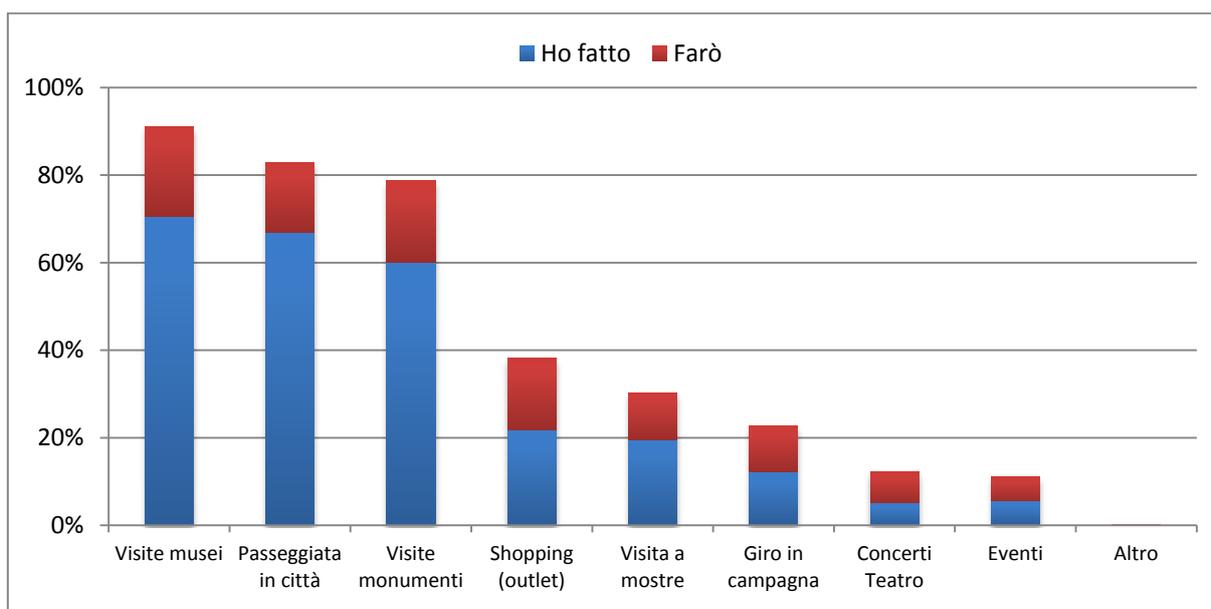


Figura 18 – Attività svolte durante il soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

Il grafico sulle attività più svolte dai visitatori conferma quanto detto. Il 91% dei rispondenti dichiara l'intenzione di visitare un museo, l'83% di voler effettuare una passeggiata in città e il 79% di voler visitare i monumenti. Emerge quindi in maniera evidente come i turisti non siano interessati esclusivamente alla visita ai musei o ad un singolo attrattore in particolare, quanto anche al godere dell'atmosfera rinascimentale del centro storico passeggiando per le sue vie. Le altre attività si collocano al di sotto del 40%: la più elevata è lo shopping (38,2%), seguita da "visita a mostre" (30,3%) e "giro in campagna" (22,7%). In coda troviamo le attività meno svolte: la partecipazione a concerti o spettacoli teatrali (12,2%) e ad eventi specifici (11,1%).

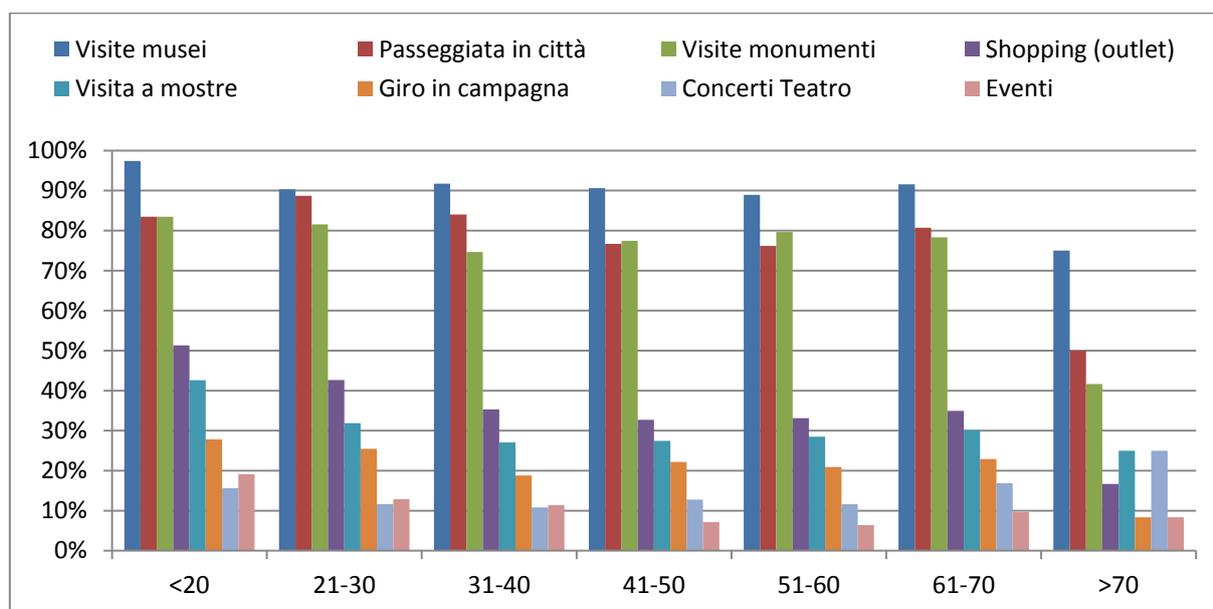


Figura 19 – Incrocio: attività svolte - età (fonte: SiTI, 2012)

Incrociano gli eventi svolti dagli intervistati con la loro età, possiamo osservare come la partecipazione a eventi decresca con l'aumentare di quest'ultima, così come lo shopping. I visitatori di età inferiore ai 20 anni, inoltre, sono quelli che mostrano più interesse verso le visite ai musei, a monumenti e alle mostre temporanee. In generale, pressoché tutte le attività sono svolte in percentuale maggiormente dai giovani tranne quelle che potrebbero essere definite più "colte" come assistere ad uno spettacolo teatrale.

### *Beni culturali, musei e monumenti*

#### ***Cosa ha visitato/intende visitare durante questo viaggio a Firenze? – domanda 5***

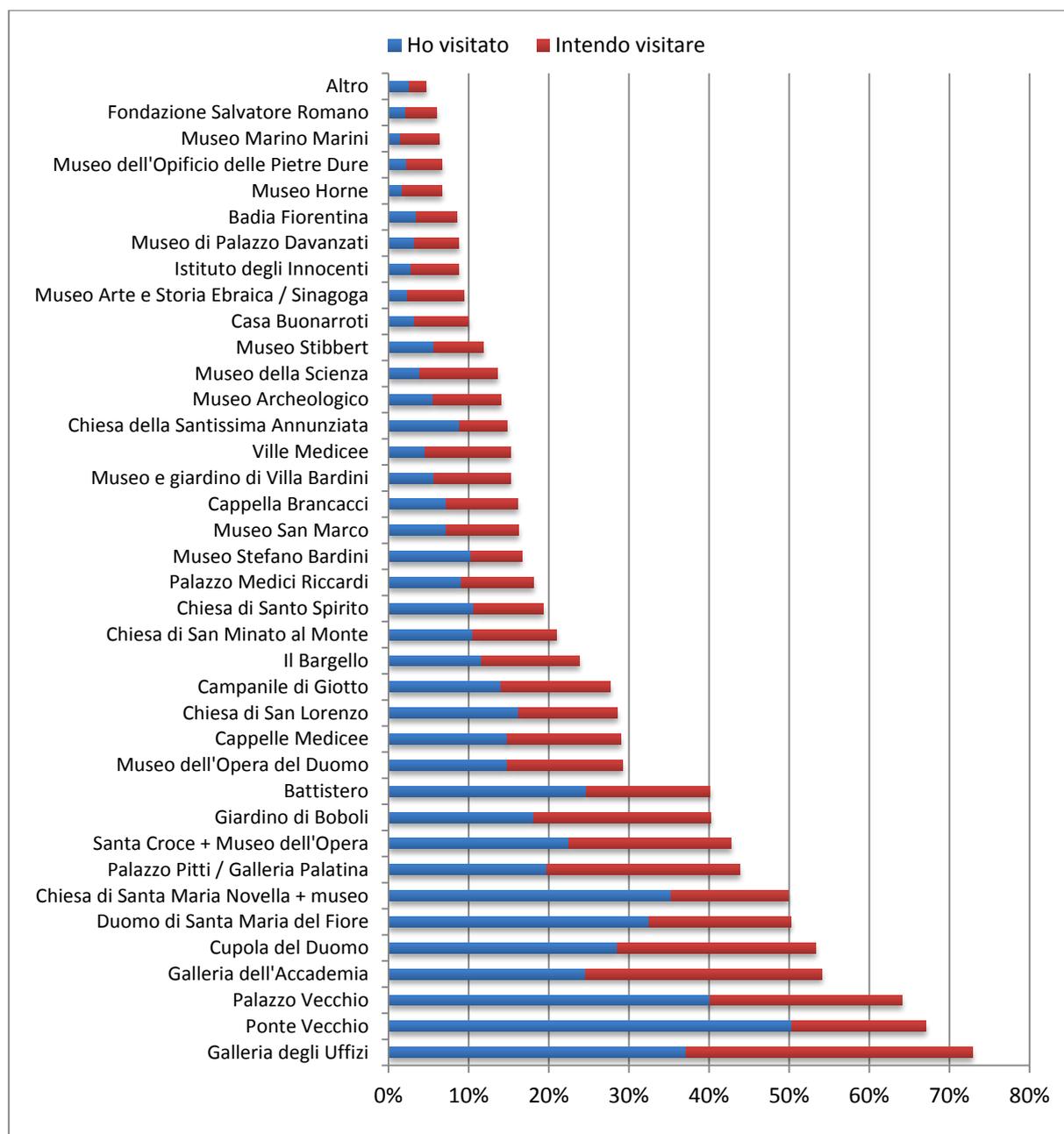


Figura 20 – Attrattori più visitati (fonte: SiTI, 2012)

Vediamo a questo punto quali sono i musei e gli attrattori più visitati dagli intervistati. Sommando le risposte “Ho visitato” e “Intendo visitare” al primo posto troviamo la Galleria degli Uffizi, per la quale il 73% del campione dichiara interesse alla visita; al di sopra del 60% troviamo Ponte Vecchio (67%) che è anche l’unico attrattore che fa registrare una percentuale di risposte “Ho visitato” superiore alla metà del campione, e Palazzo Vecchio (64,1%). Più del 50% degli intervistati dichiara interesse nella Galleria dell’Accademia (54,1%), nel complesso di Cupola del Duomo (53,3%) e Santa Maria del Fiore (50,2%). Fanno registrare un interesse superiore al 40% la Chiesa e il Museo di Santa Maria Novella (49,9%), Palazzo Pitti e Galleria Palatina (44%), la chiesa e il Museo dell’Opera di Santa Croce (42,7%), il Giardino di Boboli (40,2%), e il Battistero (40,1%). Tutti gli altri attrattori sono indicati da percentuali inferiori al 30% del campione. Possiamo concluderne quindi che le attrazioni più tradizionali (Uffizi, Ponte Vecchio, Duomo) continuano a dominare l’interesse e l’immaginario dei turisti in visita a Firenze.

## Fidelizzazione

Tradizionalmente le grandi città d'arte sono caratterizzate da una scarsa fidelizzazione della clientela dato che, nel corso degli anni, questo genere di turisti tende a visitarne sempre di nuove. È interessante dunque verificare se anche la città di Firenze può essere fatta rientrare in questa categoria di destinazioni culturali. Questo era appunto obiettivo all'interno del questionario delle domande seguenti che di seguito viene analizzata.

### È la prima volta che visita Firenze? – domanda 3

### Se ha indicato "NO" quante volte ci è già stato? – domanda 4

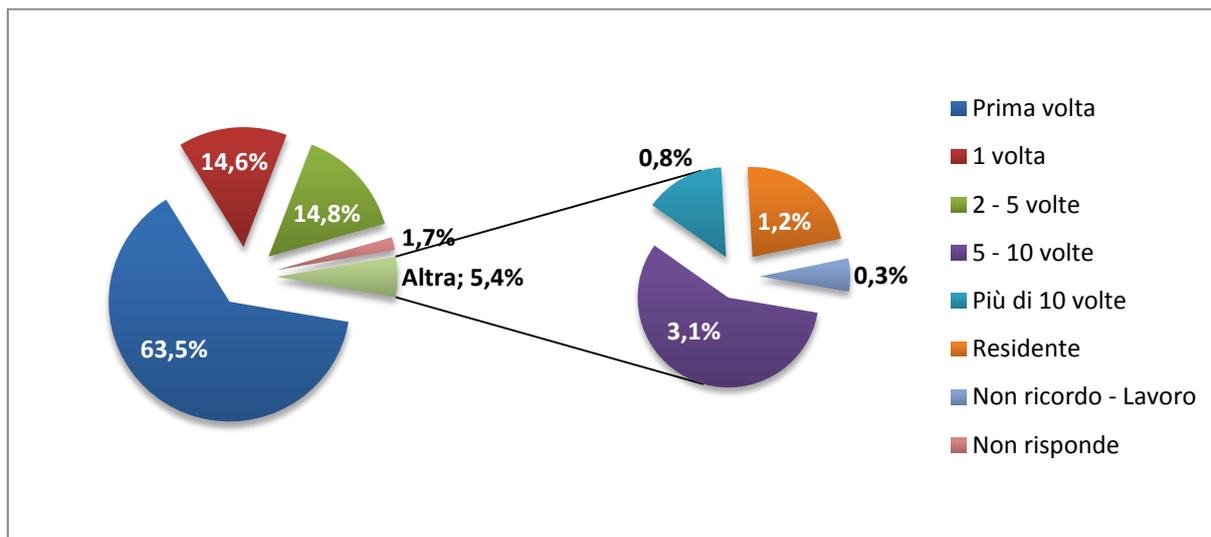


Figura 21 – Fidelizzazione degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

Il 63,5% degli intervistati è la prima volta che si reca in viaggio a Firenze, mentre le quote di chi è alla seconda visita e di coloro che l'hanno visitata fino a 5 volte si aggirano entrambe intorno al 15% del campione. Solo il 5,4% degli intervistati ha visitato la città per più di 5 volte. Questo dato non è trascurabile e mostra come, da un lato, la città di Firenze abbia una forte capacità di attrazione che la porta a doversi confrontare con una domanda in continuo ricambio, dall'altro la comunque consistente propensione al ritorno (circa il 35% del campione) può essere interpretata come un primo indicatore della soddisfazione dei turisti.

Possiamo dunque chiederci in che modo la fidelizzazione influenzi l'esperienza di visita alla città e ai suoi attrattori. Il grafico che segue mette appunto in relazione gli attrattori più visitati (domanda 5) mostrandone una classifica e confrontando le preferenze di chi si è già recato in vacanza nel capoluogo toscano e di chi invece la visita per la prima volta.

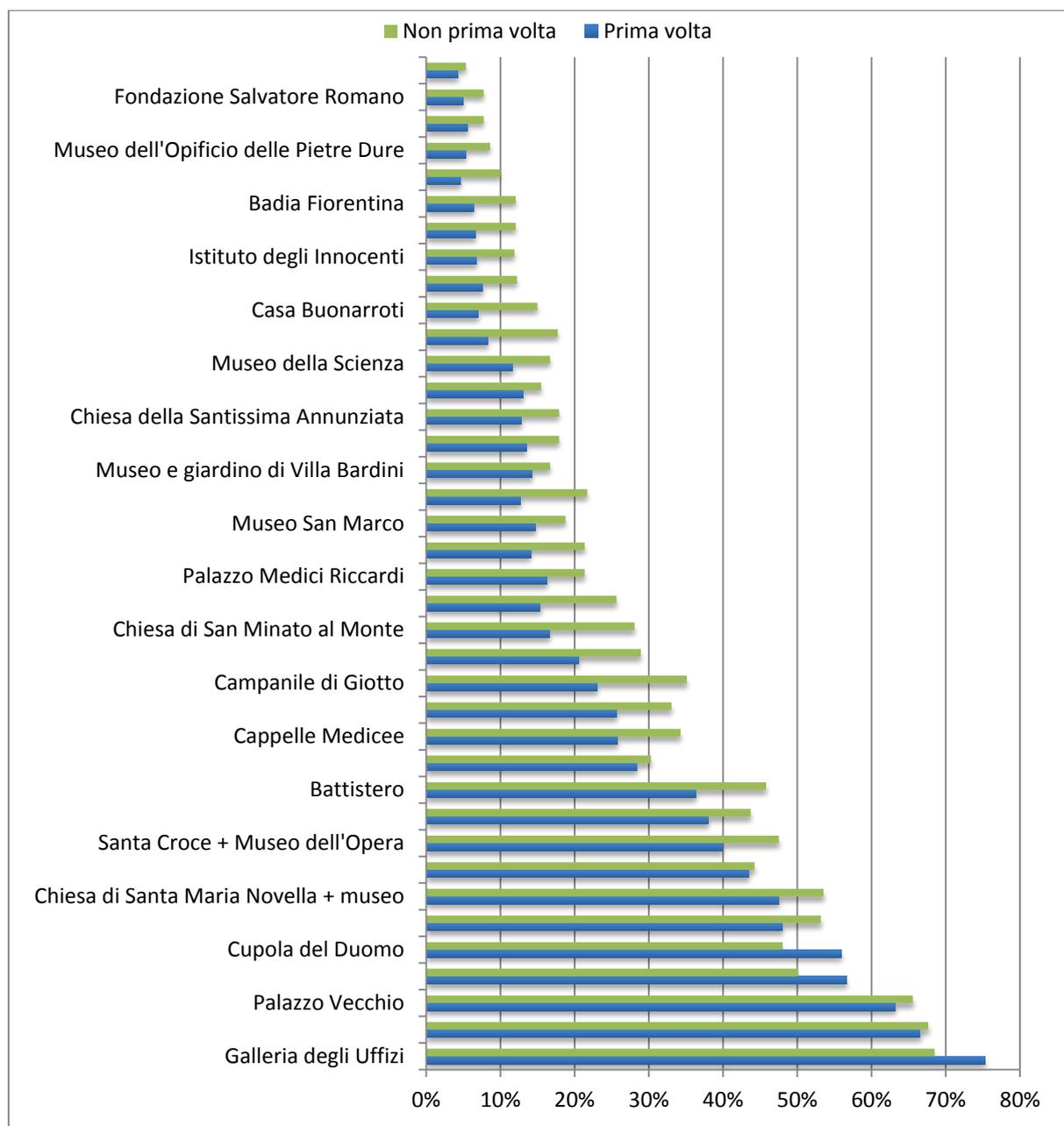


Figura 22 – Incrocio: fidelizzazione - attrattori più visitati (fonte: SiTI, 2012)

Possiamo notare che chi non è al suo primo viaggio a Firenze mostra una propensione a visitare i musei maggiore soprattutto per quanto riguarda i musei minori, mentre chi la visita per la prima volta mostra un più spiccato interesse verso gli attrattori più noti e tradizionali della città (Uffizi, Galleria dell'Accademia e Cupola del Duomo).

### ***Pernottamento***

Queste domande intendono indagare quale sia il luogo di pernottamento dei visitatori, in modo tale da avere anche un'indicazione della quota e della tipologia dei pernottamenti che ricadono sulle strutture ricettive del territorio analizzato.

### In quale città alloggia? – domanda 10

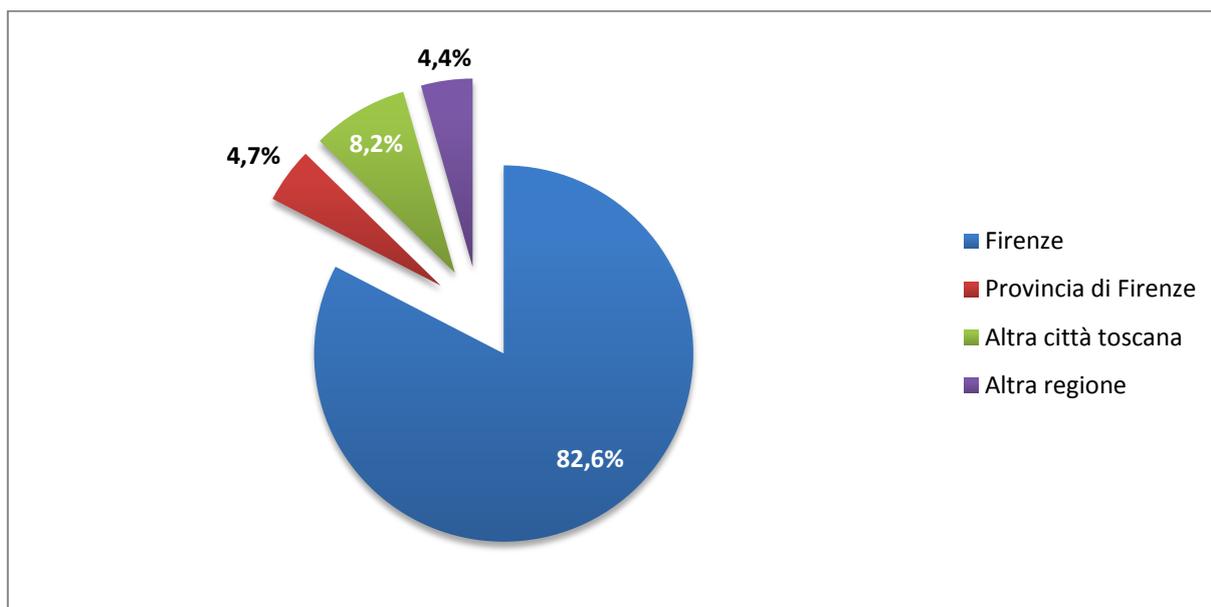


Figura 23 – Luogo di pernottamento degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

Più dell'80% dei turisti pernottanti che si recano a Firenze alloggia in città, mentre il 4,7% rimane comunque nelle vicinanze del capoluogo toscano. Assommando a queste due categorie la percentuale di coloro che soggiornano in altre località della Toscana (8,2%) si ottiene più del 95% dei pernottanti. Solo il 4,4% dei turisti intervistati, infatti, sceglie di pernottare in una località al di fuori della Toscana.

### Dove alloggia? – domanda 11

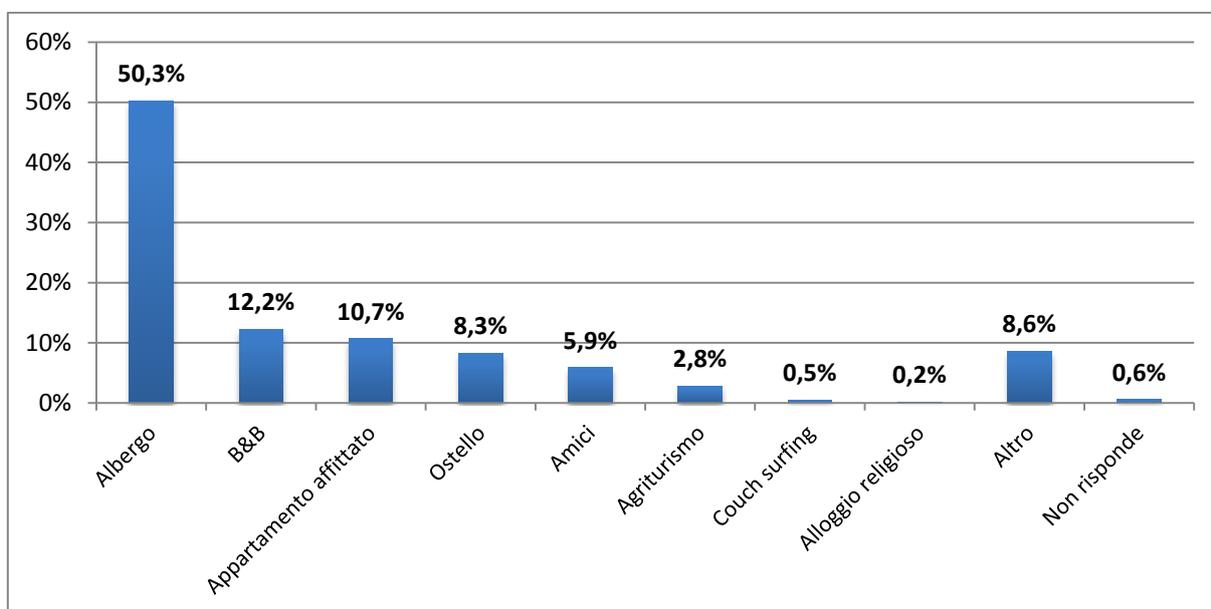


Figura 24 – Sistemazione dei pernottanti (fonte: SiTI, 2012)

Poco più della metà dei turisti pernottanti sceglie una sistemazione alberghiera. Al secondo posto ma molto distanziato troviamo il Bed&Breakfast (12,2%) mentre una percentuale appena superiore al 10% ha optato per un appartamento in affitto. Sotto il 10% troviamo "Ostello" (8,3%), la sistemazione a casa di amici (5,9%) e "Agriturismo" (2,8%). In coda, con percentuali molto basse inferiori all'1%,

l'opzione del "Couch surfing" e il pernottamento presso un alloggio religioso. Tra chi ha risposto "Altro", la sistemazione più indicata è il pernottamento in campeggio.

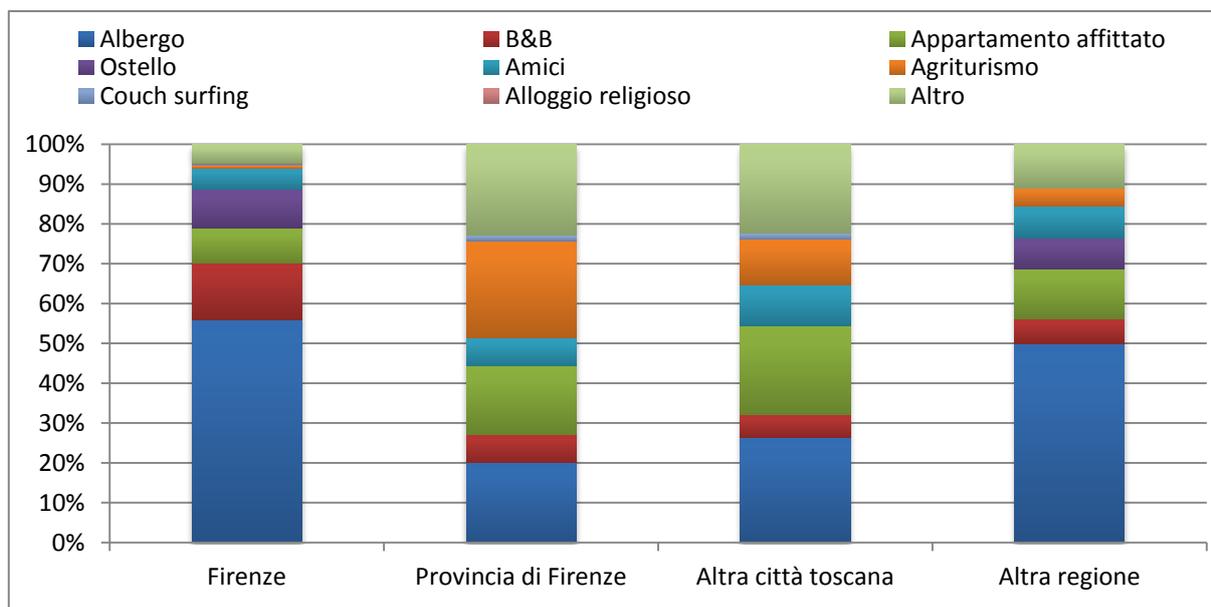


Figura 25 – Incrocio: luogo di pernottamento - sistemazione (fonte: SiTI, 2012)

Suddividendo i turisti pernottanti in base al luogo di pernottamento possiamo vedere quali siano le strutture ricettive più utilizzate per ogni sottocategoria di visitatori. Vediamo quindi che più del 55% di chi pernotta a Firenze predilige una sistemazione alberghiera, il 15% sceglie il Bed&Breakfast, il 10% va in ostello, il 9% ha preso un appartamento in affitto e il 5% pernotta presso amici. Chi decide di soggiornare al di fuori di Firenze ma comunque all'interno del territorio provinciale, invece, predilige rispetto al gruppo precedente la soluzione dell'agriturismo e dell'appartamento affittato, senza però neppure in questo caso trascurare le strutture alberghiere. Aumenta anche la percentuale relativa alla voce "Altro", che abbiamo detto essere indicata soprattutto da chi pernotta in campeggio. Possiamo osservare inoltre come gli alberghi aumentino la loro incidenza percentuale man mano che ci si allontana dal capoluogo toscano, fino a tornare su un livello simile per il sottocampione che pernotta all'esterno della regione, in particolare per coloro che pernottano in un'altra località urbana. Quindi in definitiva: la suddivisione percentuale delle strutture scelte dai turisti è simile per chi pernotta a Firenze e fuori dalla Toscana, e tra chi dorme fuori dal capoluogo ma comunque all'interno dei confini regionali.

### **Accessibilità interna**

In una città come Firenze, in cui fattore attrattivo turistico prevalente si concentra in una zona territorialmente delimitata come quella del centro storico, il problema della accessibilità interna, ovvero delle soluzioni adottate dai visitatori per spostarsi all'interno della destinazione, è estremamente rilevante.

**Come si sposta in città? – domanda 12**

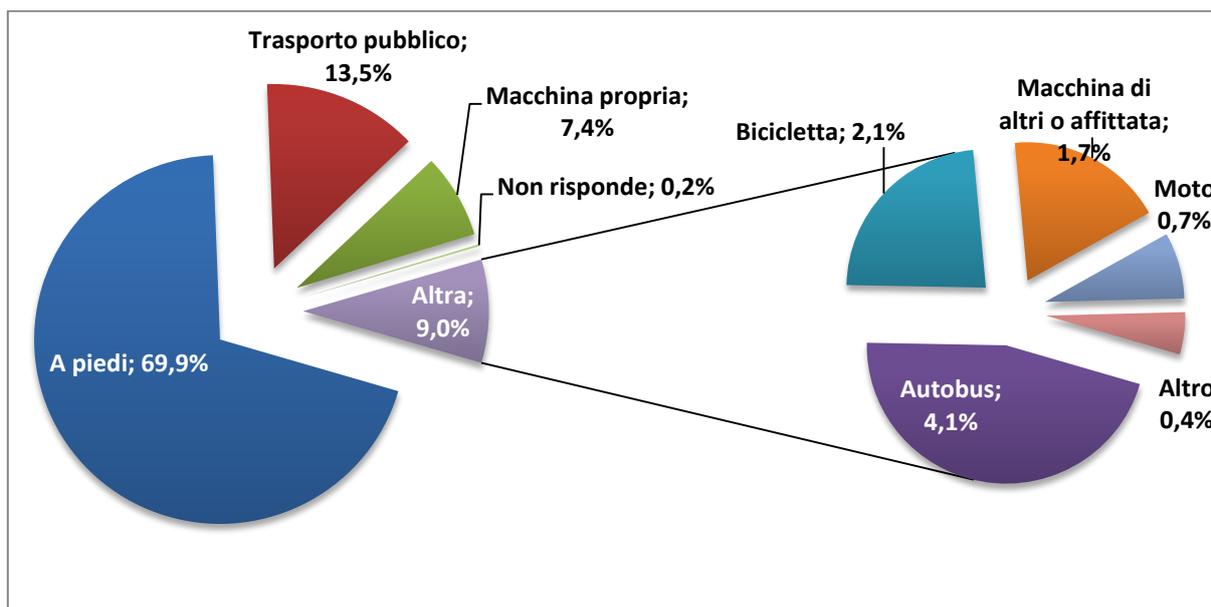


Figura 26 – Accessibilità interna (fonte: SiTI, 2012)

Il 70% dei turisti che visitano la città si sposta a piedi, il 13,5% dichiara di servirsi del trasporto pubblico e il 7,4% di utilizzare la propria auto privata. Solo poco più del 2% degli intervistati si serve della bicicletta, una percentuale molto bassa che fa pensare che sarebbe necessario un potenziamento del servizio di bike sharing presente in città, nonché delle piste ciclabili stesse.

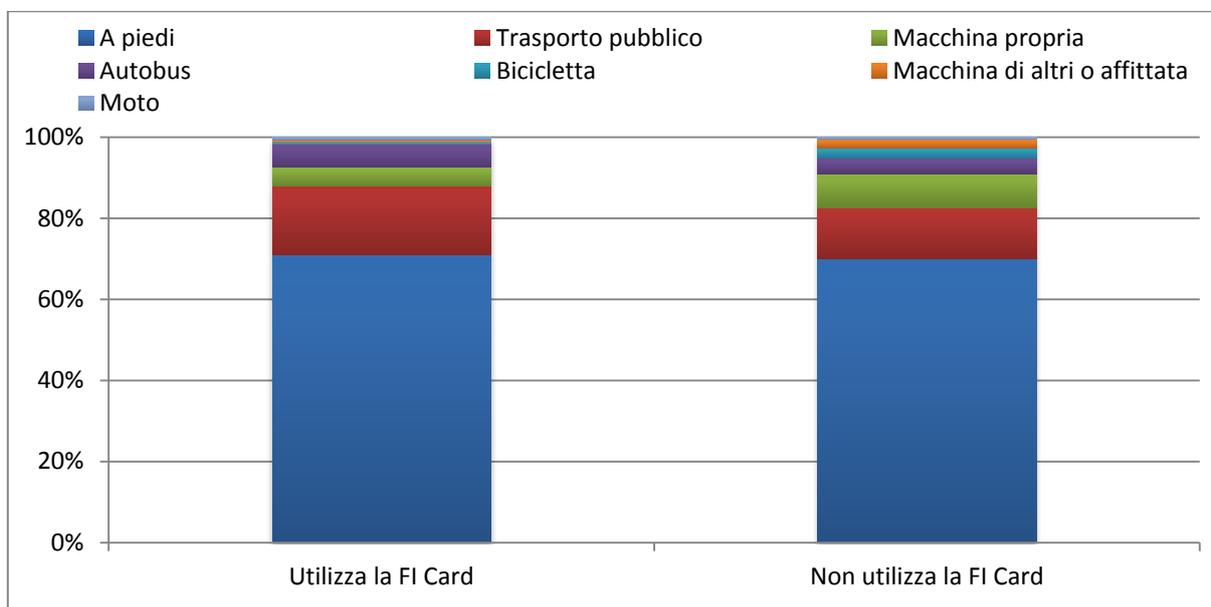


Figura 27 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - accessibilità interna (fonte: SiTI, 2012)

La Firenze Card, che sarà oggetto di una analisi più approfondita nelle pagine successive (domande 6 e 7) permette in aggiunta alla possibilità di accedere ai 50 musei convenzionati, di usufruire gratuitamente del trasporto pubblico locale. Dividendo quindi i rispondenti in due sottocampioni in base all'utilizzo della tessera, vediamo che, nonostante entrambe le categorie di turisti si muovano per la larga maggioranza a piedi, gli utilizzatori della card si servono maggiormente del trasporto pubblico, a scapito soprattutto dell'auto privata, autobus e bicicletta.

## Informazione

### ***Dove ha trovato l'informazione per organizzare il suo viaggio? – domanda 13***

Gli intervistati, posti di fronte a questa domanda, avevano facoltà di indicare anche più di una risposta: è infatti ragionevole supporre che più fonti di informazione siano utilizzate per organizzare il proprio viaggio.

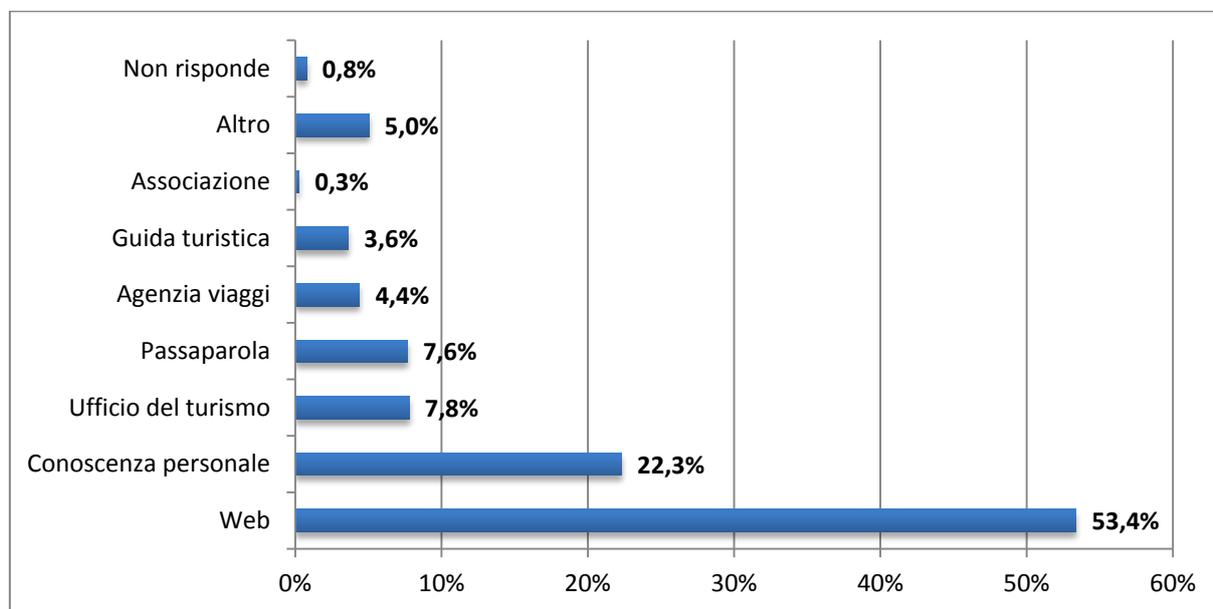


Figura 28 – Fonti d'informazione utilizzate per organizzare la visita (fonte: SITI, 2012)

Come era lecito aspettarsi, essendo il campione costituito in prevalenza da giovani, il Web (53,4%) è utilizzato per raccogliere informazioni circa la destinazione dalla maggioranza degli intervistati. La rete, quindi, si conferma un mezzo di informazione irrinunciabile nella fase di organizzazione della propria vacanza. Poco più di un quinto di essi ha poi indicato la propria conoscenza personale pregressa (22,3%) acquisita tramite precedenti visite o propri studi e interessi. Non è elevata invece la percentuale di chi si è rivolto all'ufficio del turismo (7,8%) o si è affidato esclusivamente al passaparola tra amici o conoscenti (7,6%). Sicuramente sottostimata è la quota di chi ha utilizzato una guida turistica (3,6%), quest'ultima infatti è generalmente considerata una delle principali fonti di informazione per chi si reca a visitare una città d'arte. Questa distorsione è dovuta al fatto che la voce relativa a questo mezzo non era presente tra le possibili risposte nel questionario somministrato, ma essendo la fonte alternativa più indicata da chi ha scelto la voce "Altro", si è ritenuto di categorizzarla nella rappresentazione grafica.

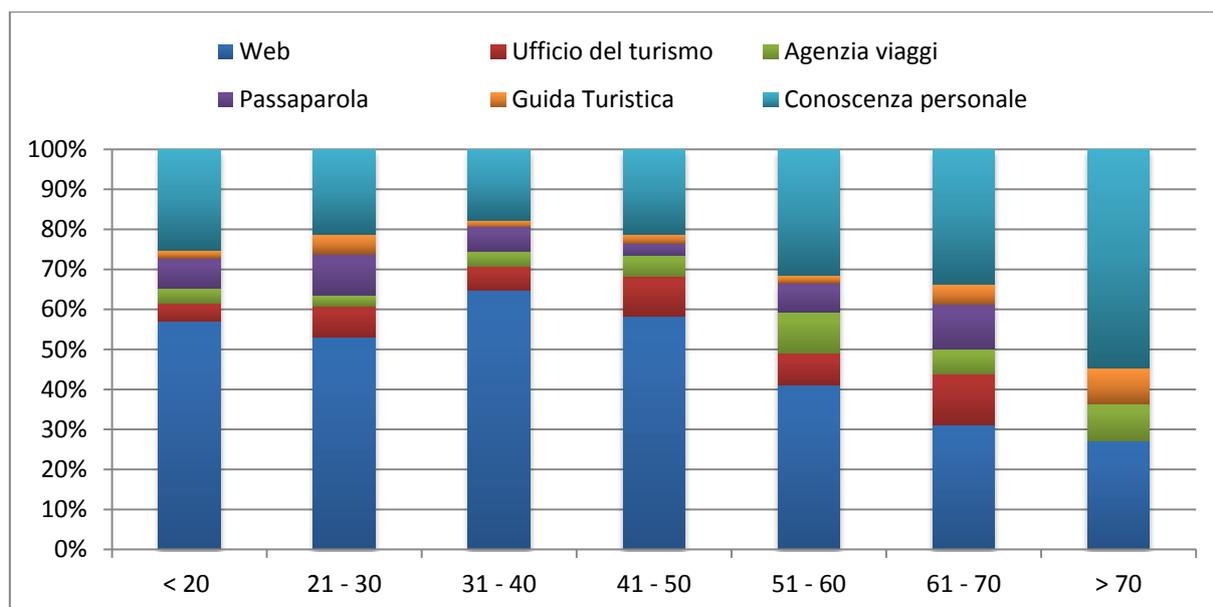


Figura 29 – Incrocio: fonte informazione - età (fonte: SiTI, 2012)

Incrociando i dati sulla fonte di informazione con l'età degli intervistati si vede chiaramente come la percentuale di coloro che si informano tramite il Web decresca con l'incremento dell'età, mentre la quota della voce "Conoscenza personale" segue un andamento pressoché speculare.

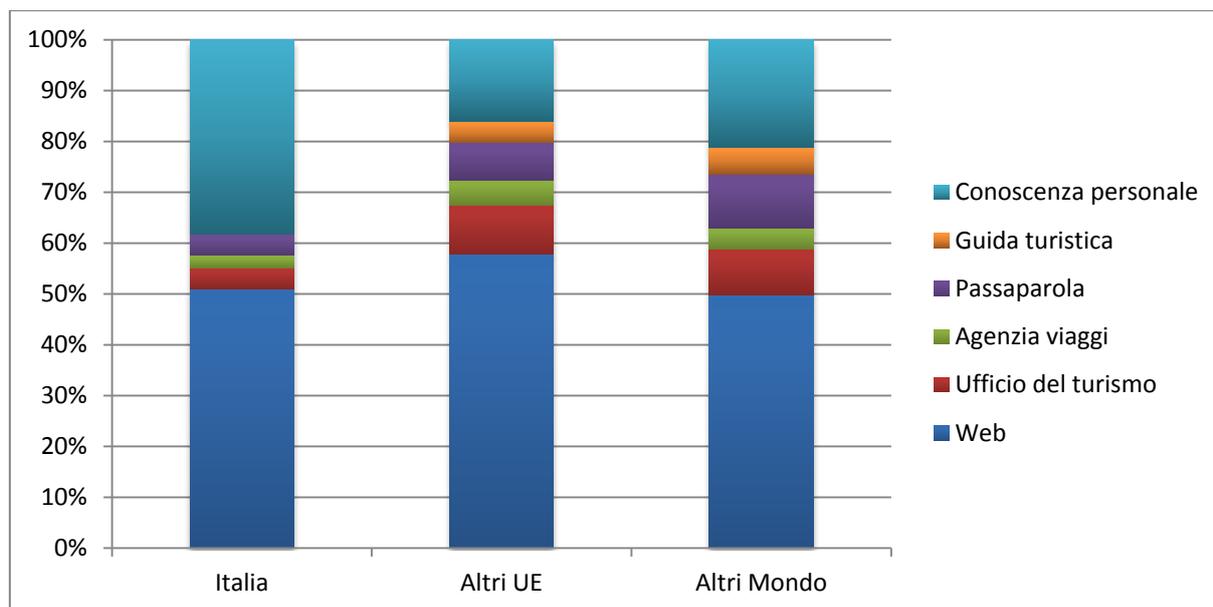


Figura 30 – Incrocio: fonte informazione - provenienza (fonte: SiTI, 2012)

Andando invece a controllare quale sia il canale informativo privilegiato a seconda della provenienza dei visitatori, possiamo vedere innanzitutto che per tutte e tre le categorie il Web rappresenta la voce principale. In secondo luogo emerge dal grafico come la conoscenza personale, che raggiunge quota 40% per gli italiani, scenda al di sotto del 20% per gli stranieri, mentre crescono di importanza i servizi di intermediazione turistica, soprattutto le voci "Ufficio del turismo" e "Passaparola". Stando a questa elaborazione le guide turistiche sono utilizzate per organizzare il proprio viaggio esclusivamente dagli stranieri, in particolare extra-UE. Questo dato tuttavia va collocato nella giusta dimensione tenendo conto dei problemi di distorsione già evidenziati in precedenza.

## Firenze Card

La Firenze Card è uno strumento introdotto a fine marzo 2011 che consente di entrare nei principali musei, ville e giardini della città o sui mezzi di trasporto pubblico. La card ha un costo di 50 euro ed è valida 72 ore dal momento della prima attivazione, essa permette di non solo di visitare i musei aderenti al circuito e le loro collezioni permanenti ma anche le mostre temporanee e gli eventi organizzati senza incorrere in ulteriori costi.

Secondo i dati resi noti dal Comune di Firenze nel settembre 2012<sup>6</sup>, in un anno e mezzo dall'attivazione sono state vendute più di 73mila Card (erano 53.790 nella rilevazione effettuata a metà luglio) per un totale di 442.217 ingressi ai musei (331.423 nella precedente rilevazione). In media nel 2012 sono state vendute 5.338 tessere al mese (nel 2011 erano circa 3.700), ovvero poco meno di 180 al giorno (87 nel 2011). Nei mesi di luglio e agosto le vendite sono triplicate rispetto all'anno precedente, mentre le vendite online della Card, sono raddoppiate. I turisti che utilizzano la tessera visitano in media dai 5 ai 7 musei nelle 72 ore di validità; il 7% degli ingressi è effettuato da minori.

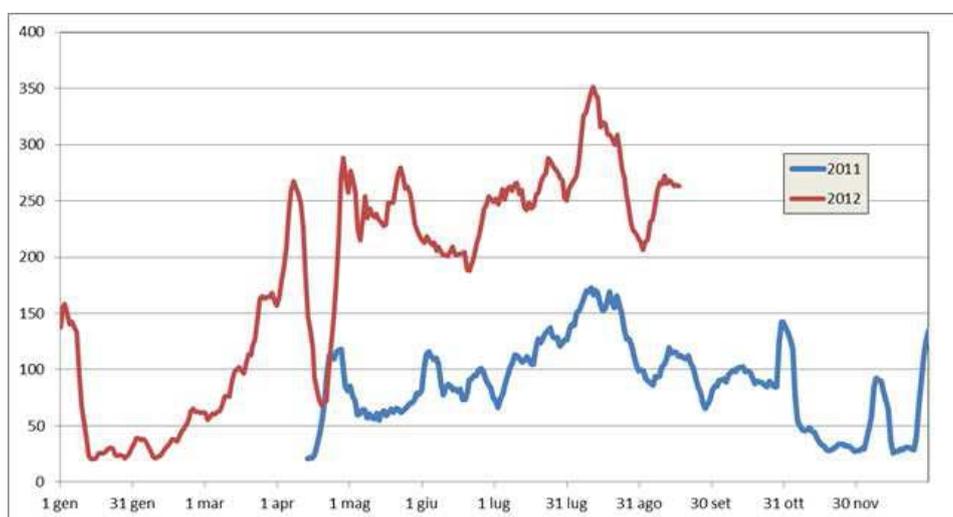


Figura 31 – Andamento giornaliero delle vendite della FI Card (fonte: Comune di Firenze, 2012)

Il grafico soprastante mostra l'andamento delle vendite giornaliere della Card nel 2011 e nel 2012. La diminuzione in corrispondenza di aprile 2012 è dovuta alla "Settimana della Cultura" promossa dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, durante la quale molti musei sono ad accesso gratuito.

Per una lettura corretta dei dati che seguono è opportuno tenere a mente quanto detto nel paragrafo dedicato alla modalità di rilevazione. In quattro degli otto luoghi di rilevazione, infatti, i visitatori erano affiancati da un intervistatore nella compilazione del questionario. La somministrazione, tuttavia, per quanto riguarda i punti di raccolta della Galleria dell'Accademia e degli Uffizi è avvenuta nei confronti dei visitatori che si trovavano in coda alla biglietteria dei musei. Siccome la Firenze Card permette ai possessori di accedere ai musei convenzionati tramite un accesso prioritario, evitando così le code alle biglietterie, è logico supporre che la quota di coloro che dichiarano di utilizzarla risulti sottorappresentata. Tuttavia questo non inficia la validità e l'utilità della rilevazione in quanto è di grande interesse per l'amministrazione competente indagare principalmente la percezione di chi non utilizza la tessera, e potenzialmente potrebbe essere interessato a farlo.

<sup>6</sup> Disponibile all'indirizzo <http://press.comune.fi.it>

## 6. Ha utilizzato/pensa di utilizzare/conosce la Firenze card?

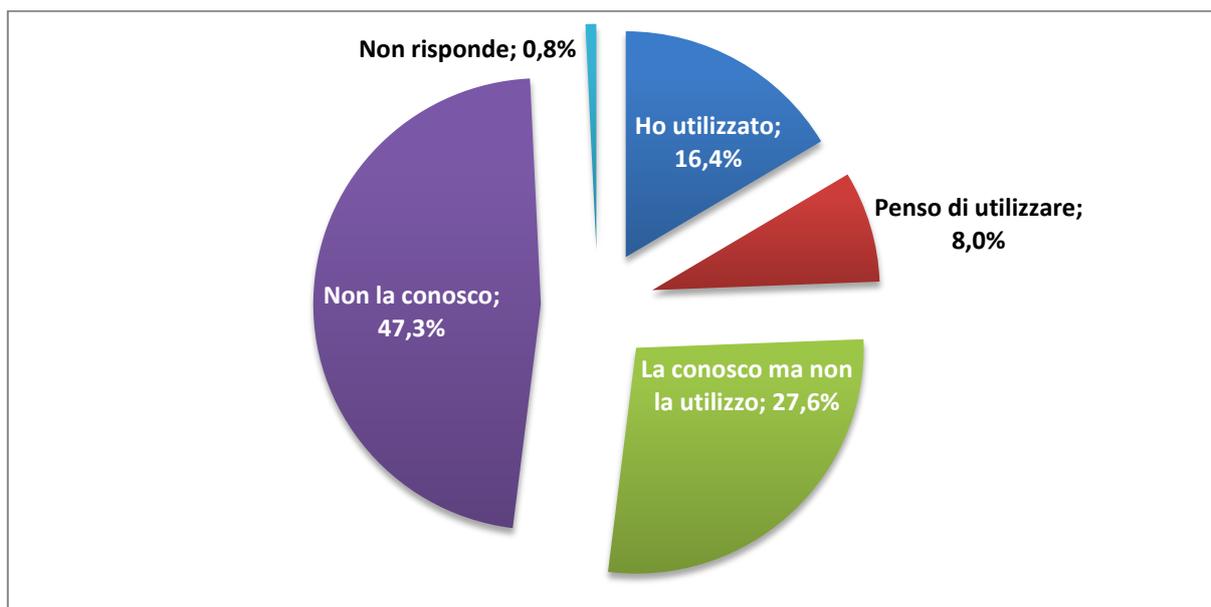


Figura 32 – Utilizzo della Firenze Card (fonte: SiTI, 2012)

## 7. Se conosce e/o ha utilizzato la Firenze Card, qual è la sua opinione in merito?

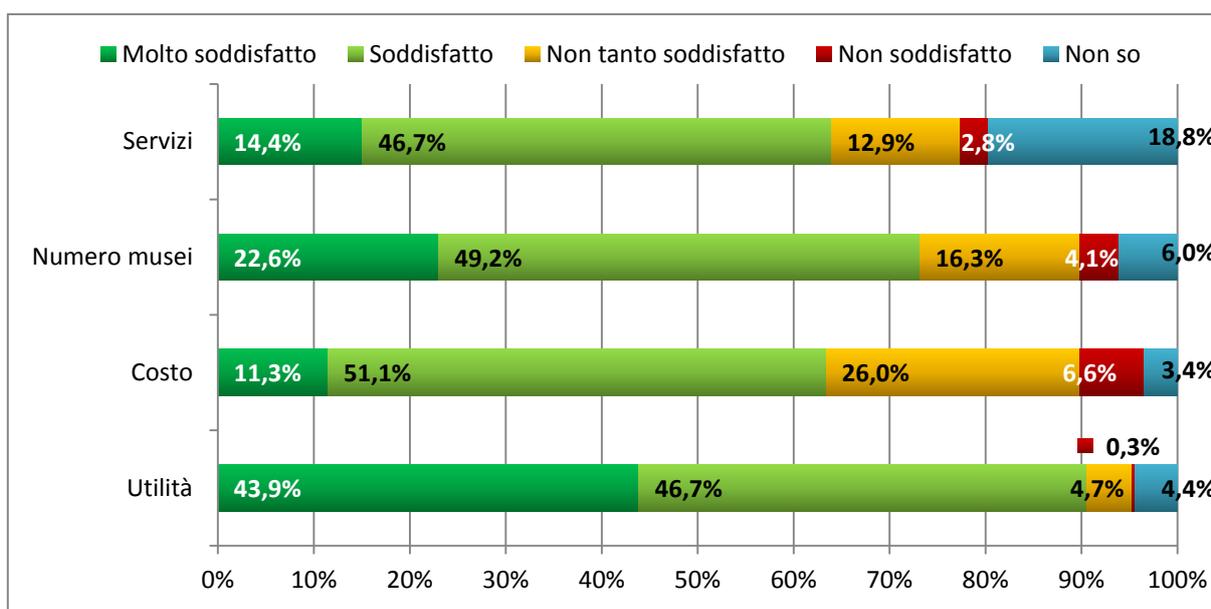


Figura 33 – Soddisfazione riguardo alla Firenze Card (fonte: SiTI, 2012)

Il 53% degli intervistati è a conoscenza dell'esistenza della Firenze Card e quasi un quarto di essi dichiara di utilizzarla o essere intenzionato a farlo durante la propria permanenza. Più in dettaglio, per quanto riguarda invece i diversi aspetti della tessera possiamo notare che la soddisfazione in media è molto buona: tutte le voci infatti fanno registrare una percentuale superiore al 60% di "Molto soddisfatto" e "Soddisfatto". L'utilità mostra la soddisfazione maggiore (più del 90%), seguita dal numero dei musei convenzionati (71,8%). La voce sul costo pur presentando il 62% di rispondenti soddisfatti è quella che mostra la maggior percentuale di risposte "Non tanto soddisfatto" e "Non soddisfatto" (32,6%). Anche la valutazione della voce servizi è positiva (61% di utenti molto soddisfatti e soddisfatti) ed è quella che raccoglie la maggior percentuale di "Non so" (18,8%).

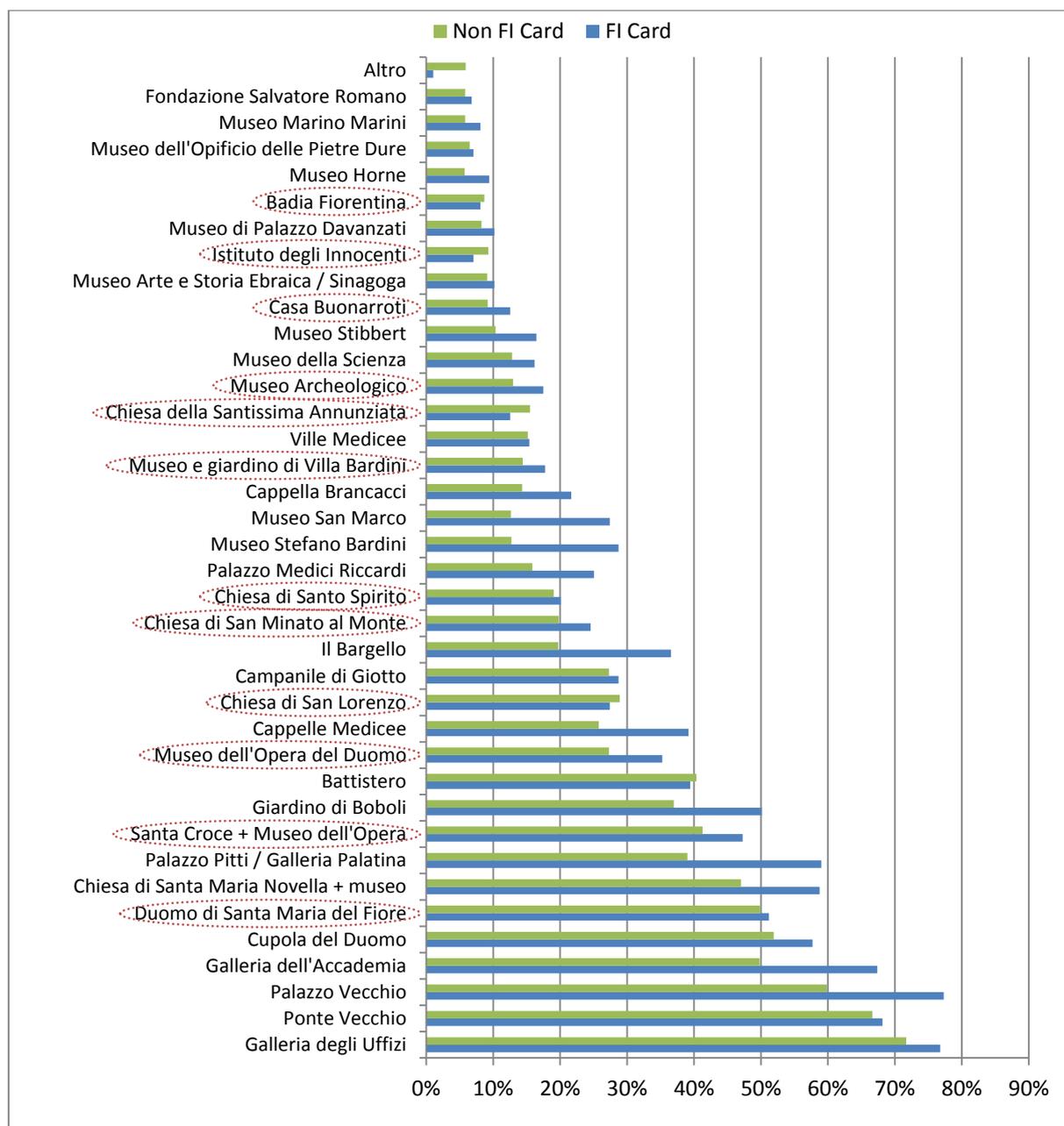


Figura 34 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - attrattori più visitati (fonte: SiTI, 2012)

L'obiettivo dichiarato dell'introduzione a fine marzo 2011 della Firenze Card da parte del Comune di Firenze, era quello di razionalizzare la fruizione dei musei cittadini indirizzando i visitatori anche verso strutture meno note. Dal grafico precedente possiamo vedere che chi utilizza la tessera mostra in generale una maggiore propensione alla visita dei musei, compresi quelli minori. La tessera quindi crea un effetto di indotto coinvolgendo negli itinerari di visita anche i musei meno conosciuti o che comunque non rientrano nelle preferenze usuali dei turisti. La bassa percentuale di risposte "Altro" mostra inoltre che chi sottoscrive la card tende maggiormente a circoscrivere la propria visita ai musei convenzionati.

Il numero dei musei inclusi nel circuito della Firenze Card è in continuo aumento: alla sua introduzione a marzo 2011 la tessera contava 33 musei convenzionati, al momento in cui è stata effettuata la presente rilevazione tale numero era salito a 50. La lista degli attrattori inserita all'interno del questionario di analisi della domanda al momento della somministrazione era composta al 33,3% da

musei esterni al circuito della Firenze Card. Occorre tener presente che a gennaio 2013 con l'inclusione di 9 nuovi musei, per un totale di 59 convenzionati, tale percentuale è scesa al 22,2% (Figura 35).

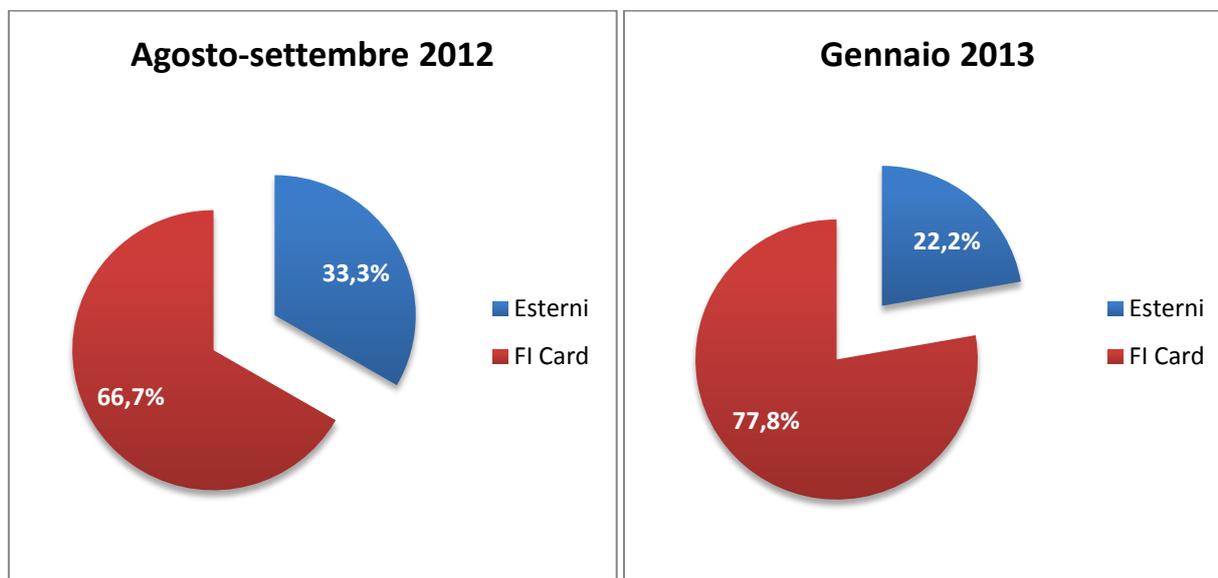


Figura 35 – Musei convenzionati FI Card all'interno del questionario (fonte: SiTI, 2012)

In quest'ottica di ampliamento, questa indagine può fornire utili indicazioni su quali siano i musei che potrebbe essere conveniente includere nel circuito della card osservando il comportamento di visita e l'interesse espresso da visitatori intervistati. Nella Figura 34 sono evidenziati con un tratteggio rosso i musei esterni al circuito al momento della somministrazione. Si può vedere dunque che, a parte il Duomo di Santa Maria del Fiore che è a ingresso libero, ottengono buone performance di visita da parte di chi utilizza la Firenze Card pur essendone esclusi la Basilica e il museo dell'Opera di Santa Croce, il museo dell'Opera del Duomo e la chiesa di San Lorenzo. I primi due attrattori sono stati inseriti all'interno del circuito dei musei convenzionati della Firenze Card a gennaio 2013, dando così prova di una innovativa capacità di collaborazione tra i gestori della tessera e organizzazioni di carattere religioso. Dai risultati di questa indagine emerge dunque che anche la Chiesa di San Lorenzo potrebbe a ragione essere inclusa tra i musei convenzionati.

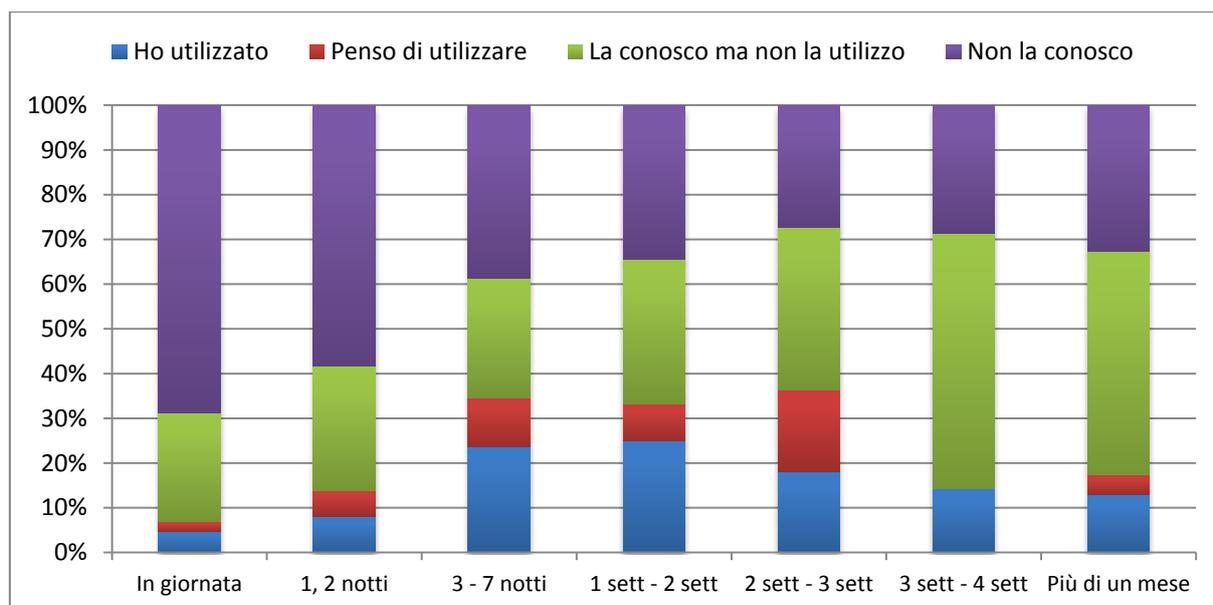


Figura 36 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - durata del soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

Come detto, la Firenze Card ha una validità di 72 ore, non sorprende quindi che l'utilizzo della tessera sia maggiore tra quelle categorie di visitatori che si trattengono per almeno 3 notti a Firenze, anche se dopo le 3 settimane di pernottamento il livello di utilizzo ritorna sui livelli simili a quelli di chi soggiorna per meno di 3 notti. È interessante invece notare come la conoscenza circa l'esistenza della tessera migliori con l'aumento della durata del soggiorno, il che indica che la comunicazione *in situ* a proposito della Firenze Card è decisamente adeguata.

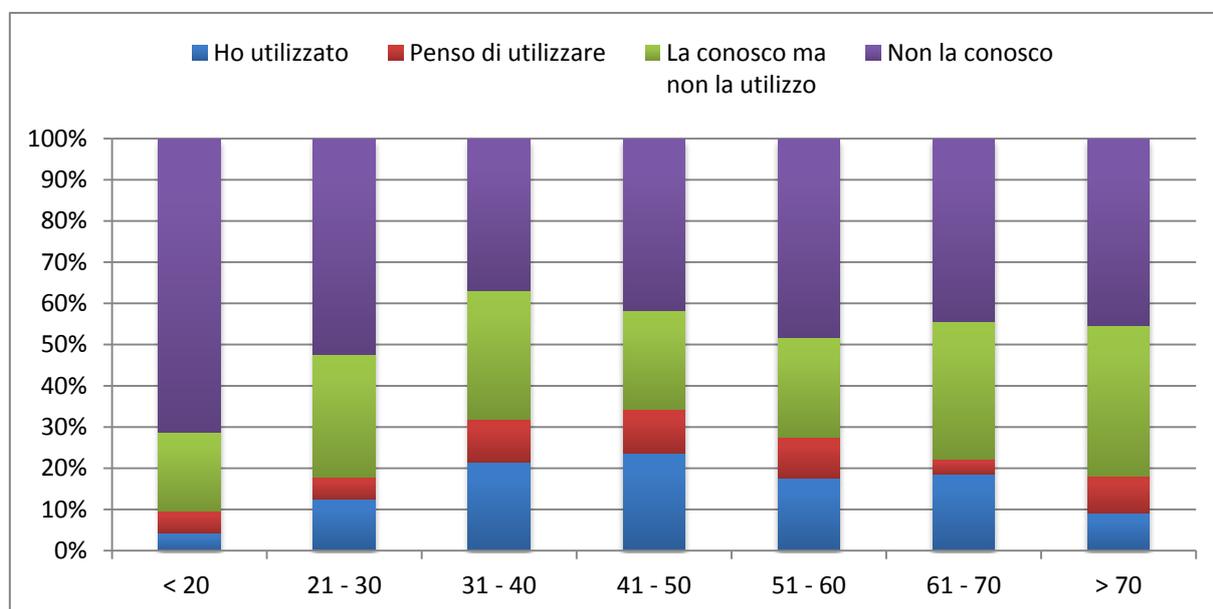


Figura 37 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - età degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

Molto interessante ciò che emerge incrociando i dati sull'età con l'utilizzo della Firenze Card. La maggioranza dei giovani al di sotto dei 30 anni non conosce la tessera, mentre tutte le classi di età maggiori di 30 anni per la maggior parte la conoscono. Se la conoscenza della tessera rimane pressoché costante superata la soglia dei 30 anni, la percentuale di utilizzatori della card raggiunge il proprio massimo nelle classi di età centrali per poi decrescere.

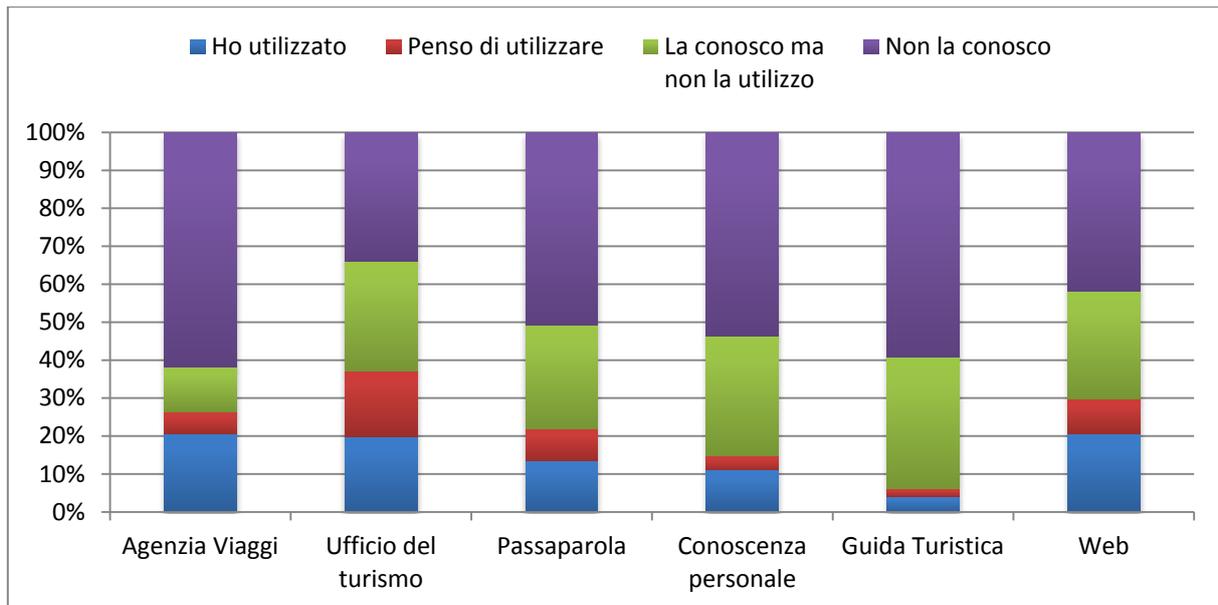


Figura 38 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - fonte di informazione (fonte: SiTI, 2012)

Dal grafico precedente si evince che chi utilizza il Web o si rivolge ad un ufficio del turismo per organizzare il proprio viaggio presenta un elevato livello di conoscenza e utilizzo della card, mentre chi si affida alle guide turistiche o ad un'agenzia di viaggi ottiene un risultato peggiore da questo punto di vista. Sebbene passaparola e conoscenza personale pregressa garantiscano un buono livello di informazione sull'esistenza della tessera, per chi si avvale di questi mezzi di informazione la percentuale di utilizzo di quest'ultima è inferiore alla media del campione totale.

Come abbiamo visto in precedenza, la principale fonte di informazione per chi ha meno di 30 anni è il Web che, come appena illustrato, risulta essere un'ottima fonte di informazione riguardo la Firenze Card. Nonostante per questa categoria di visitatori la seconda fonte di informazione sia la conoscenza personale, questa voce risulta essere più elevata per i visitatori con un'età superiore ai 50 anni, i quali risultano essere maggiormente informati sulla tessera rispetto ai giovani. Se ne può quindi concludere che non è la fonte di informazione utilizzata per organizzare il proprio viaggio la discriminante che spiega la scarsa conoscenza della Firenze Card da parte dei visitatori più giovani.

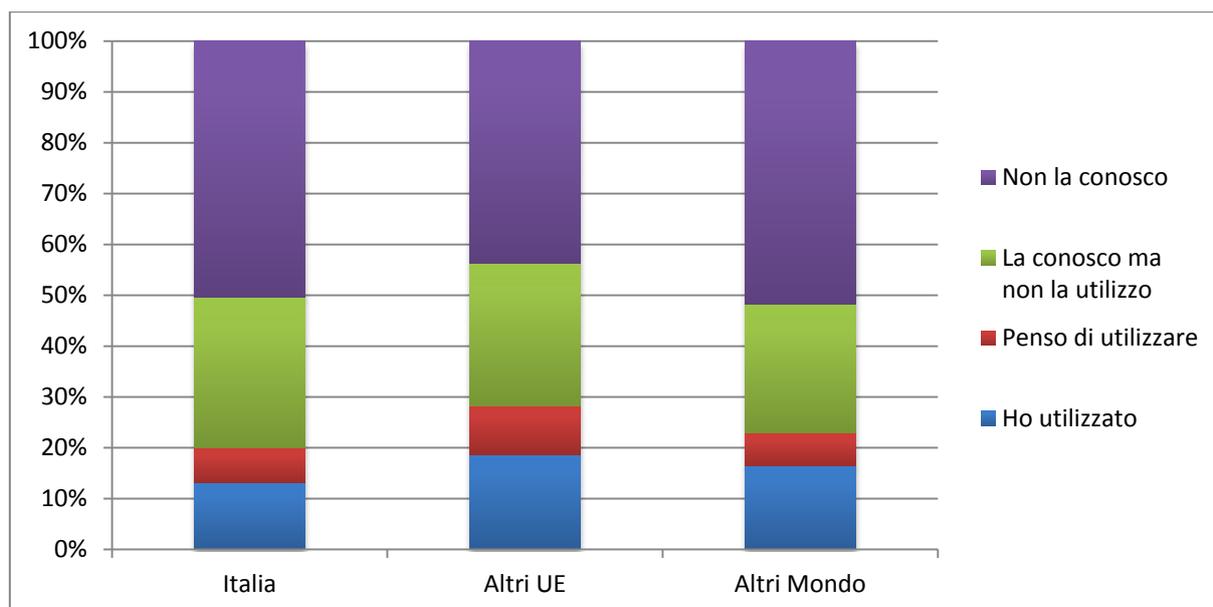


Figura 39 – Incrocio: utilizzo Firenze Card - provenienza (fonte: SiTI, 2012)

Incrociando i dati sull'utilizzo della Firenze Card con la provenienza degli intervistati si vede come sia la conoscenza che l'utilizzo della tessera è maggiore nei paesi europei rispetto a quelli extra-UE ed anche all'Italia. In particolare è interessante notare come la percentuale di utilizzatori italiani della card si collochi al di sotto del 20%. Si può supporre in questo caso che tale differenza sia dovuta alle fonti di informazioni utilizzate dalle tre categorie: gli stranieri infatti utilizzano in maniera maggiore rispetto agli italiani gli uffici del turismo, i quali sono il migliore veicolo di informazione circa la tessera.

Oltre a domandarci chi siano gli utilizzatori della *Firenze Card*, è interessante indagare in maniera più approfondita la quota del campione che, pur conoscendo la tessera, dichiara di non essere interessato ad utilizzarla. Abbiamo già visto come, all'interno della quota di visitatori che conoscono la tessera, la percentuale dei non utilizzatori rappresenti circa la metà. Questa percentuale cresce in particolare considerando il sottocampione composto da chi ha meno di 30 anni e dagli italiani.

La figura seguente (Figura 40) mostra la soddisfazione relativa ai diversi aspetti della Firenze Card prendendo in considerazione esclusivamente il sottocampione rappresentato da chi conosce la tessera ma dichiara di non utilizzarla. Dal grafico si può evincere che, nonostante un giudizio sull'utilità e sul numero dei musei convenzionati molto positivo, la maggioranza del sottocampione considerato esprime una soddisfazione circa il costo della tessera decisamente bassa.

La Figura 41 mostra invece la durata della permanenza per le quattro categorie di utilizzatori della *Firenze Card*. Vediamo che nel sottogruppo che qui interessa indagare, coloro che conoscono la tessera ma non la utilizzano, aumenta la percentuale degli escursionisti e di coloro che si trattengono per meno di tre notti rispetto a chi utilizza o esprime l'intenzione di utilizzare la tessera.

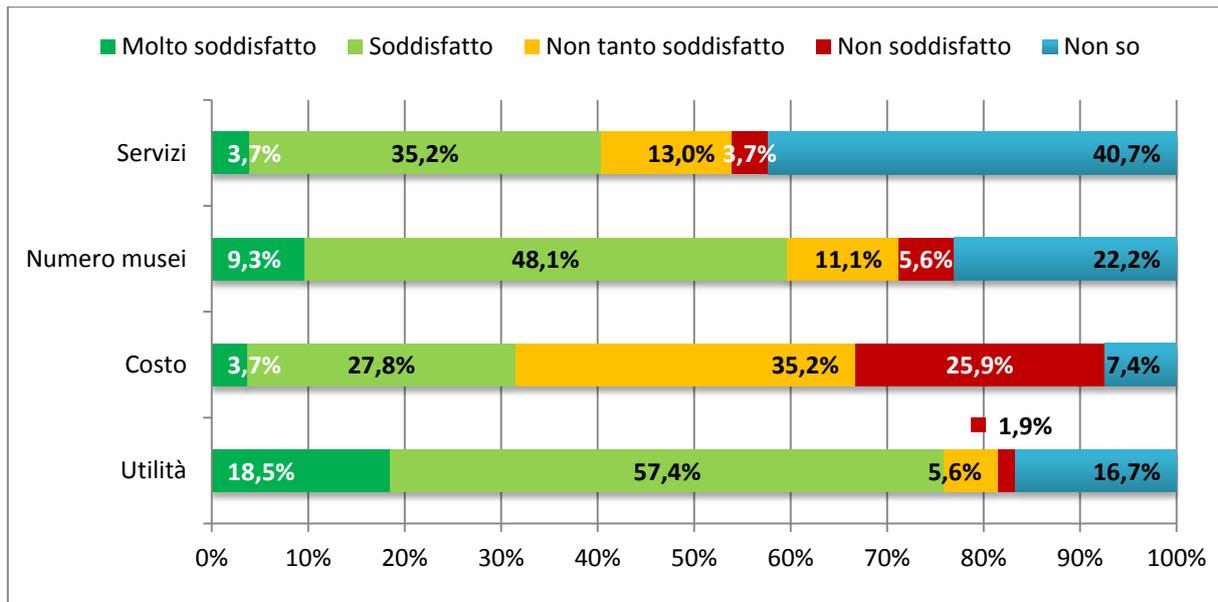


Figura 40 – Incrocio: “la conosco ma non la utilizzo” – soddisfazione (fonte: SiTI, 2012)

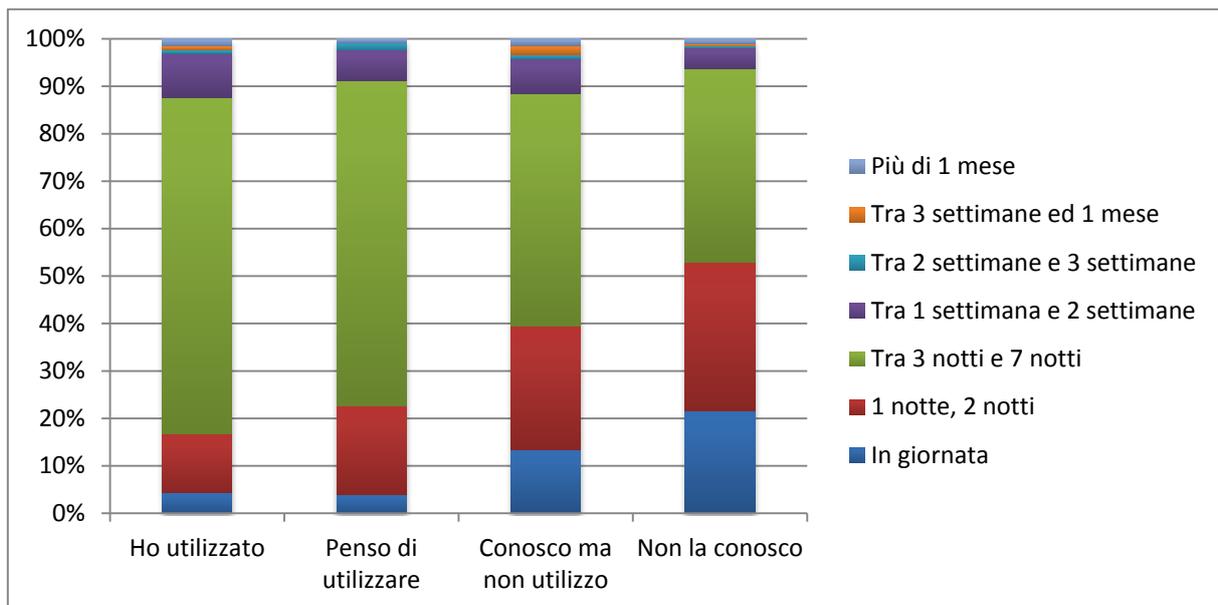


Figura 41 – Incrocio: durata della permanenza – utilizzo della FI Card (fonte: SiTI, 2012)

Possiamo in definitiva concludere che i visitatori che si dichiarano non interessati all'utilizzo della card lo fanno principalmente in quanto i) ritengono che il costo della tessera sia troppo elevato e ii) in percentuale maggiore si trattengono a Firenze per un periodo di tempo inferiore alla durata della card rispetto alla categoria degli utilizzatori.

## Offerta

### Firenze Patrimonio UNESCO

**È a conoscenza che il centro storico di Firenze sia iscritto nella lista del Patrimonio Mondiale? – domanda 9**

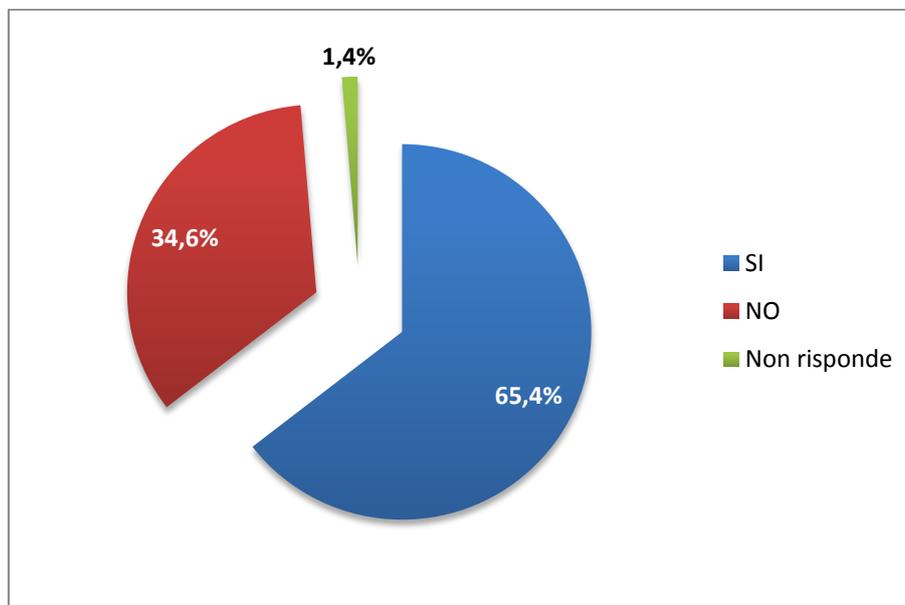


Figura 42 – Consapevolezza dell'iscrizione del Centro Storico nella Lista UNESCO (fonte: SiTI, 2012)

Una parte del questionario era dedicata ad indagare la consapevolezza dei visitatori rispetto alla città di Firenze ed in particolare all'iscrizione del suo centro storico nella Lista del Patrimonio Mondiale da parte dell'UNESCO. Vediamo dal grafico precedente che più del 65% del campione ne è a conoscenza: possiamo quindi affermare che si tratta di un turismo estremamente consapevole.



Figura 43 - Il logo dei beni Patrimonio Mondiale

Successivamente si domandava ai visitatori se fossero in grado di riconoscere il logo del Patrimonio Mondiale UNESCO (Figura 38) e, nel caso di risposta affermativa, di darne una spiegazione. Per quanto riguarda il riconoscimento del logo, vediamo dal primo dei due grafici a torta che seguono (Figura 39) che le percentuali sono pressoché identiche a quelle precedenti: circa il 65% dichiara di riconoscerlo e poco più del 30% risponde negativamente.

**Riconosce questo logo? – domanda 21; Se “SI” quale significato ha secondo lei? – domanda 22**

La domanda 22 era strutturata in formato “aperto” in quanto si richiedeva al visitatore di spiegare utilizzando termini propri il significato del logo di cui si indagava la conoscenza. In seguito le risposte sono state categorizzate in quattro macro gruppi (si veda il secondo grafico a torta della Figura 39) secondo una classificazione che è emersa durante la prima analisi dei dati e che riteniamo serva adeguatamente lo scopo di valutare l’effettiva conoscenza del logo Unesco da Parte degli intervistati.

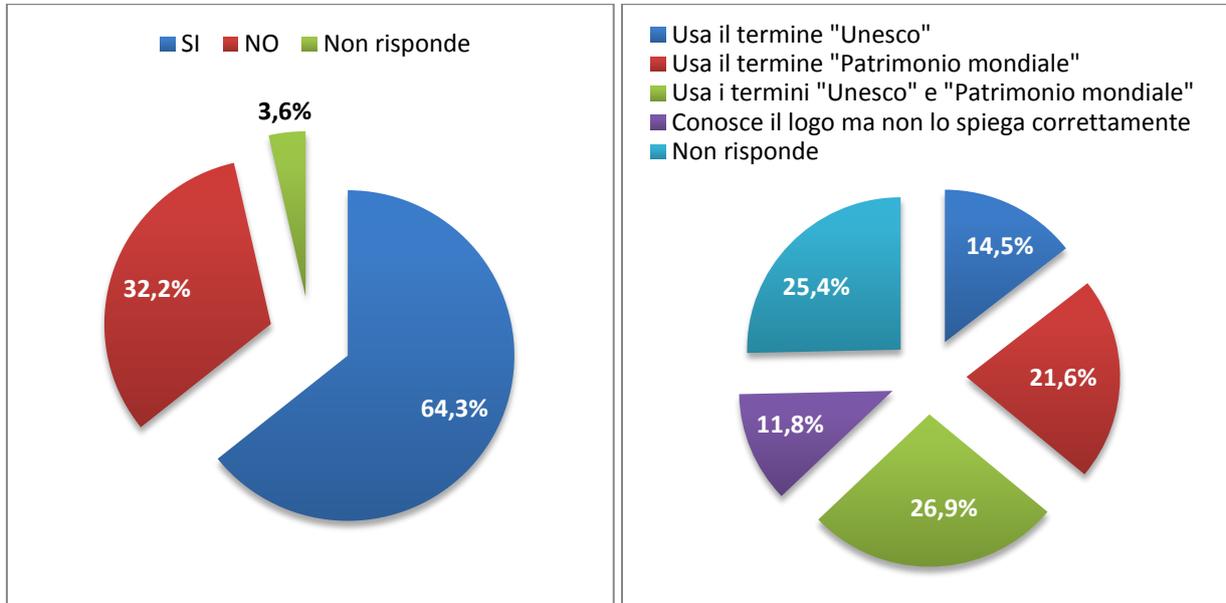


Figura 44 – Conoscenza e spiegazione del logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012)

Possiamo vedere (secondo grafico della Figura 39) che un quarto di coloro che avevano dichiarato di conoscere il logo non ha risposto, quasi il 27% ha dato una spiegazione completamente esaustiva, il 36% lo ha spiegato ancorché in maniera parziale, mentre solo l’11,8% ha fornito una descrizione errata o fuorviante.

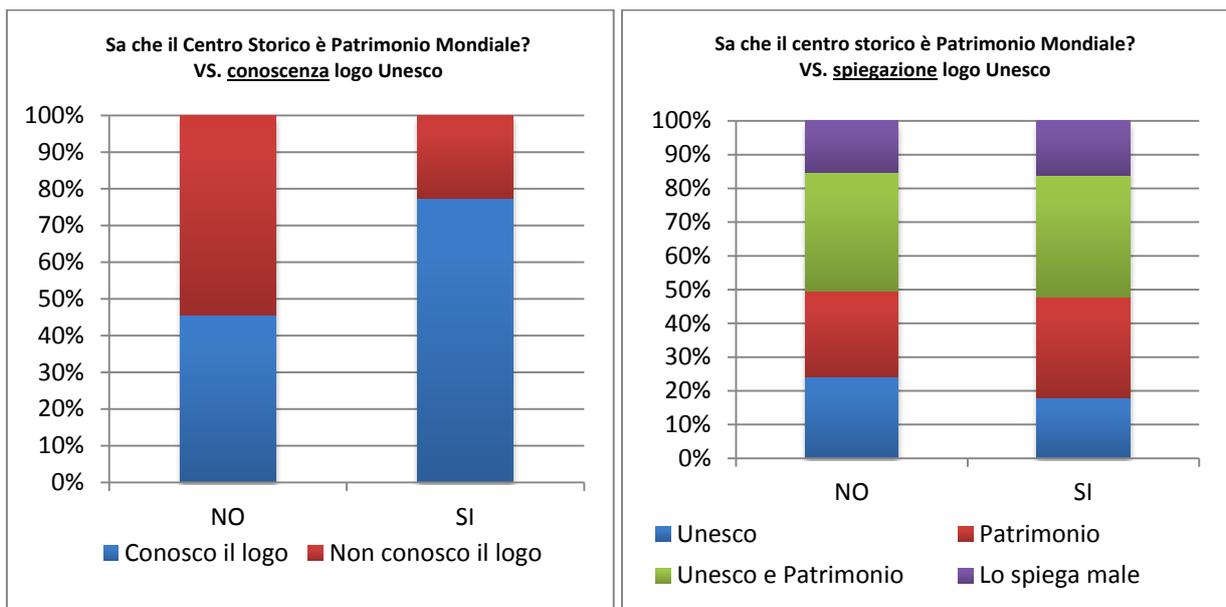


Figura 45 – Incrocio domanda 9 – conoscenza e spiegazione logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012)

Incrociando le risposte fornite alla *domanda 9* con quelle riguardo la conoscenza del logo UNESCO, vediamo che (primo istogramma Figura 40) tra chi sa che il centro storico di Firenze è iscritto nella lista del Patrimonio Mondiale la quota di coloro che dichiarano anche di conoscere il logo UNESCO aumenta del 35% rispetto a chi ha risposto negativamente. Quando però si tratta di dare una spiegazione del logo, la differenza appena evidenziata sparisce.

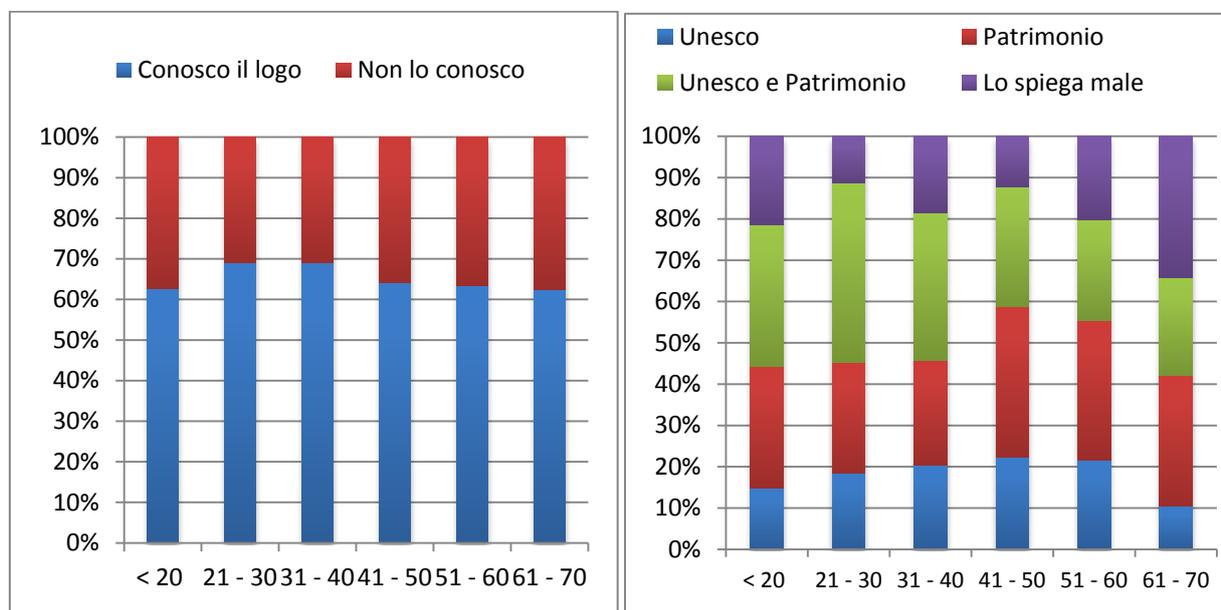


Figura 46 – Incrocio: età – conoscenza e spiegazione logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012)

Incrociando l'età con la domanda relativa alla conoscenza del logo UNESCO, registriamo percentuali maggiori di conoscenza nella classe anagrafica che va dai 21 ai 40 anni, mentre la spiegazione del logo peggiora un po' per i visitatori che hanno superato i 50 anni ma non emergono tendenze univoche.

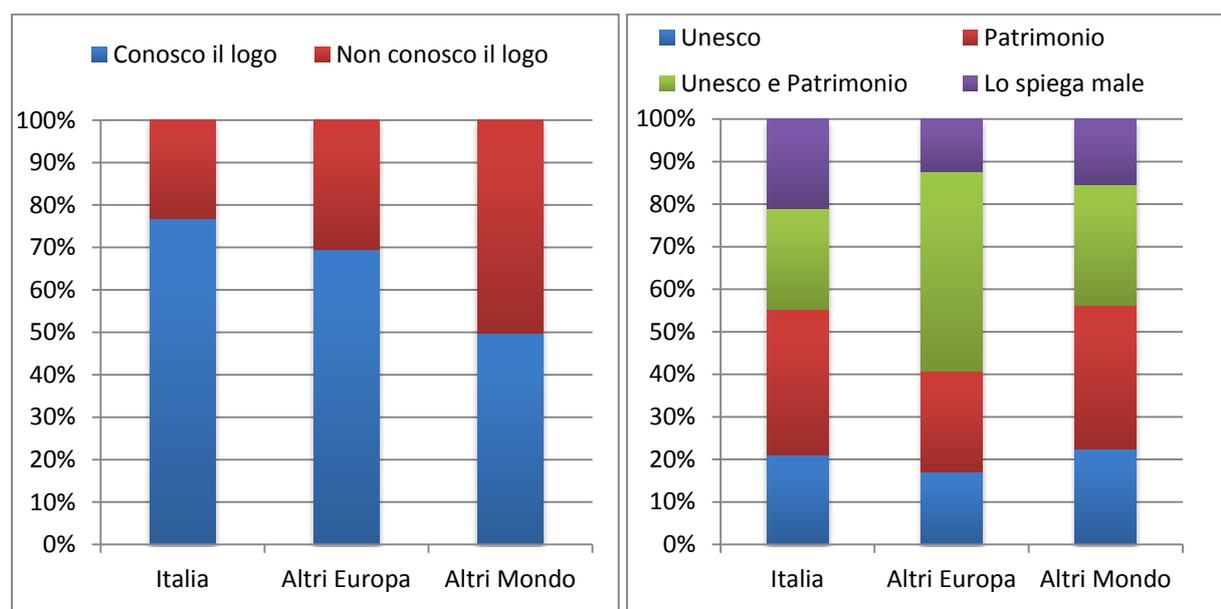


Figura 47 – Incrocio: provenienza – conoscenza e spiegazione logo UNESCO (fonte: SiTI, 2012)

Infine, analizzando il medesimo punto prendendo però in considerazione la provenienza dei visitatori vediamo chiaramente che la conoscenza del logo diminuisce allontanandosi dal territorio italiano,

mentre i visitatori che forniscono una spiegazione migliore del logo sono al contrario gli stranieri, in particolare coloro che provengono dai Paesi europei.

## Esperienza – come e con chi

### Dimensione della visita

#### Lei sta viaggiando in compagnia di? – domanda 2

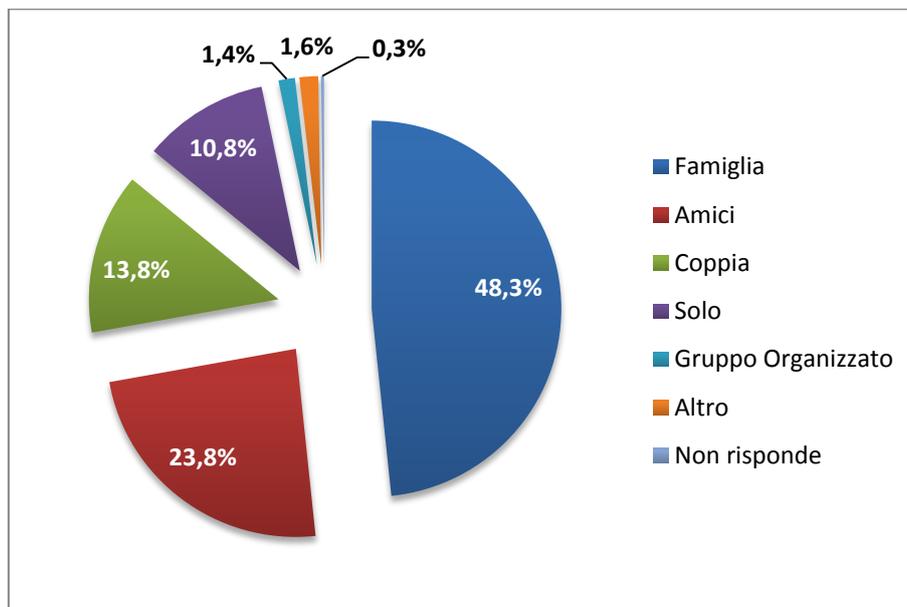


Figura 48 – Dimensione della visita (fonte: SiTI, 2012)

Quasi la metà del campione affronta la visita accompagnata dalla famiglia, il 23,8% in compagnia degli amici, il 13,8% con il proprio partner e il 10,8% viaggia da solo. Solo l'1,4% degli intervistati viaggia all'interno di un gruppo organizzato, dato che appare un po' sottostimato se si considera che Firenze è senza dubbio una meta che si colloca all'interno dei circuiti tradizionali del turismo di massa.

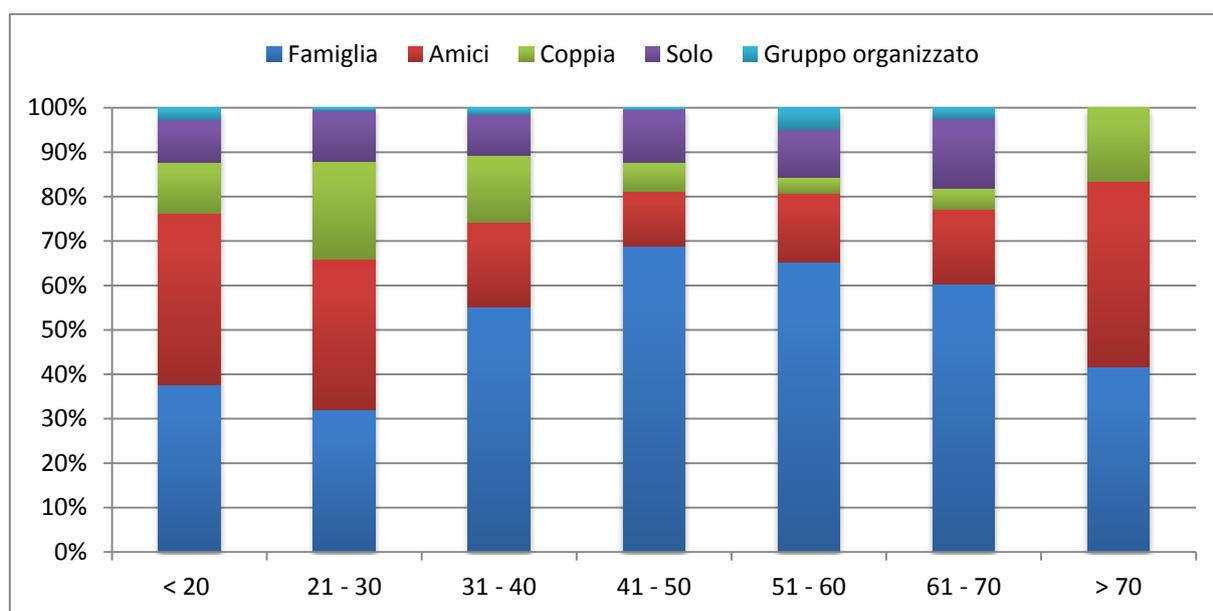


Figura 49 – Incrocio: dimensione della visita – età (fonte: SiTI, 2012)

Incrociando l'età con la dimensione della visita possiamo vedere come la quota di coloro che viaggiano da soli rimanga grossomodo costante tra le diverse classi anagrafiche, come al crescere dell'età aumenti la percentuale di coloro che viaggiano con la famiglia, percentuale quest'ultima che raggiunge il proprio massimo nella classe d'età 41-50 per poi diminuire leggermente, e come diminuisca specularmente la quota di chi viaggia in compagnia degli amici.

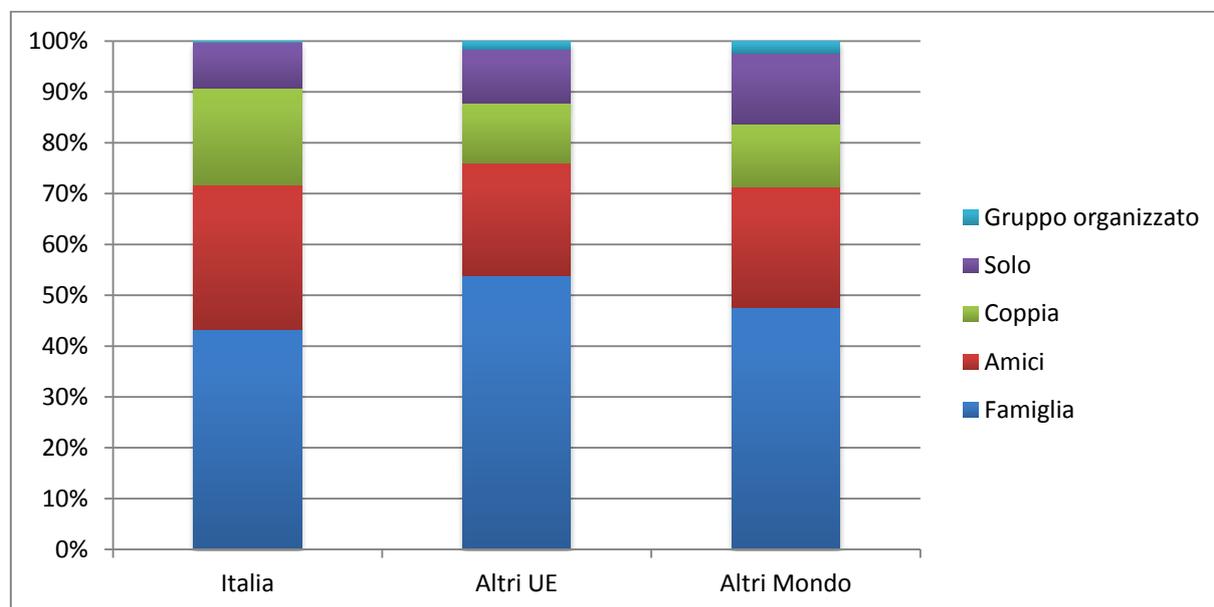


Figura 50 – Incrocio: dimensione della visita – provenienza (fonte: Siti, 2012)

Dall'analisi incrociata della dimensione della visita con la provenienza degli intervistati emerge una lieve difformità tra italiani e stranieri: per i secondi aumentano le percentuali di coloro che viaggiano con la famiglia (soprattutto per quanto riguarda chi proviene da altri Paesi europei) e dei viaggiatori "solitari" (soprattutto per coloro che hanno provenienza extra europea) rispetto al campione italiano. Specularmente, si riducono le percentuali delle voci "Coppia" e "Amici".

### Immagine della città

#### Indichi un aggettivo con il quale definirebbe la città – domanda 17

Questa domanda permetteva agli intervistati di esprimere liberamente tramite un aggettivo le proprie sensazioni circa la città di Firenze e la loro esperienza di visita. Abbiamo ritenuto opportuno trattare le risposte a questa domanda tramite un software in grado di analizzare le frequenze lessicali, classificando gli aggettivi secondo la modalità "positivo/negativo". La tabella che segue mostra quindi un quadro sintetico degli aggettivi maggiormente ricorrenti con la relativa categorizzazione. Hanno risposto a questa domanda 1233 intervistati su 1570, pari al 78,5% del campione.

Tabella 2 – Frequenze lessicali degli aggettivi maggiormente indicati alla dom. 17 (fonte: SiTI, 2012)

Categoria semantica "positivo"		Categoria semantica "negativo"	
Aggettivo	Occorrenze	Aggettivo	Occorrenze
Bellissima	163	Affollata	23
Storica	76	Calda	18
Stupenda	75	Caotica	13
Bella	70	Vecchia	8
Magnifica	69	Costosa	7
Affascinante	43	Sporca	5



Innanzitutto l'analisi ha sottolineato un orientamento valoriale del campione prevalentemente positivo, con una significativa maggioranza di occorrenze di aggettivi categorizzati come "positivi". Per quanto riguarda questi ultimi, le maggiori occorrenze riguardano l'aggettivo "bellissima" che è indicato da più del doppio dei visitatori del secondo e del terzo: rispettivamente "storica" e "stupenda". A seguire troviamo "bella" che, pur avendo la stessa radice di "bellissima", da sola totalizza 70 occorrenze, "magnifica" (69 occorrenze) e "affascinante" (43). Dal lato invece degli aggettivi semanticamente negativi, "affollata" (23 occorrenze) e "caotica" (13), ma anche per certi versi "sporca" (5), rimandano all'eccessiva condizione di pressione sociale dovuta alla presenza dei turisti, mentre "vecchia" (8) e "costosa" (7) sono indicatori di un giudizio negativo sull'offerta turistica della città.

In definitiva possiamo affermare che gli aggettivi positivi si riferiscono in gran parte all'immagine che i turisti percepiscono di Firenze come "manufatto" storico-artistico, mentre quelli negativi fanno riferimento alla città come sistema urbano. Emerge quindi un'immagine di Firenze molto positiva dal punto di vista estetico e per l'atmosfera culturale stimolante che si respira nel centro storico. D'altro canto, siccome chi ha risposto con un aggettivo negativo lo ha riferito soprattutto a caratteristiche di igiene, ordine, affollamento (anche acustico) e prezzi, l'immagine di Firenze che emerge è quella di un luogo più attraente come destinazione turistica che per abitarvi.

## Soddisfazione

### Per ogni tema, ci può dare la sua opinione? – domanda 18

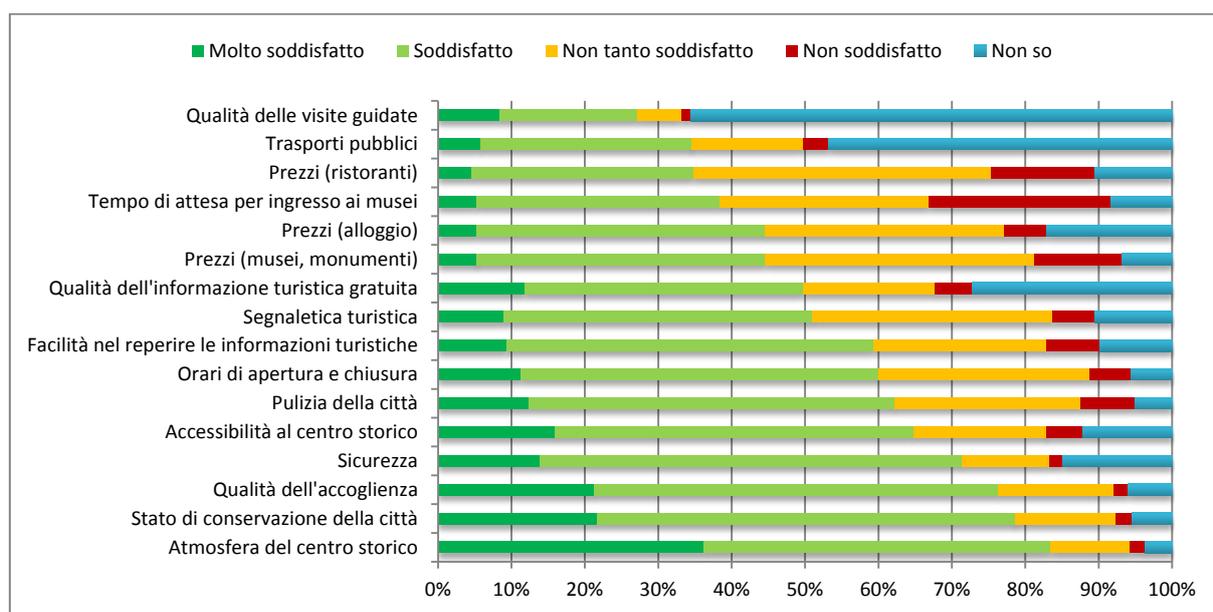


Figura 52 – Soddisfazione degli intervistati (fonte: SiTI, 2012)

La somma delle risposte "Molto soddisfatto" e "Soddisfatto" è superiore al 50% dei rispondenti per tutte le voci tranne che per i prezzi di ristoranti, musei e alloggio, la qualità delle visite guidate e dell'informazione turistica, il tempo di attesa per l'ingresso ai musei e i trasporti pubblici. La soddisfazione più elevata la fanno registrare l'atmosfera del centro storico e lo stato di conservazione della città (intorno all'80%), la qualità dell'accoglienza e la sicurezza (> 70%), l'accessibilità al centro storico, la pulizia della città, la facilità nel reperimento delle informazioni turistiche e gli orari dei musei (> 60%). Le risposte negative ("Non tanto soddisfatto" e "Non soddisfatto") superano quelle positive solo nel giudizio sui prezzi di ristoranti e musei e sul tempo di attesa per i musei. Le voci sulla

qualità delle visite guidate e sui trasporti pubblici mostrano un'elevata incidenza percentuale di risposte "Non so", segno che questi servizi sono decisamente poco utilizzati dai visitatori.

Il grafico sottostante (Figura 49) mostra invece la soddisfazione media tenendo conto solamente dei rispondenti che hanno espresso un orientamento positivo o negativo (non tiene quindi conto delle risposte "Non so"). In una scala che va da "1-Non soddisfatto" a "4-Molto soddisfatto", vediamo che la curva si mantiene al di sopra di 2,5 punti tranne che per i prezzi di ristoranti e musei e per il tempo di attesa per i musei. Raggiungono un punteggio superiore a 3 la qualità dell'accoglienza, l'atmosfera del centro storico e lo stato di conservazione della città. Nonostante il basso numero di rispondenti, il giudizio sulla qualità delle visite guidate e sui trasporti pubblici è buono.

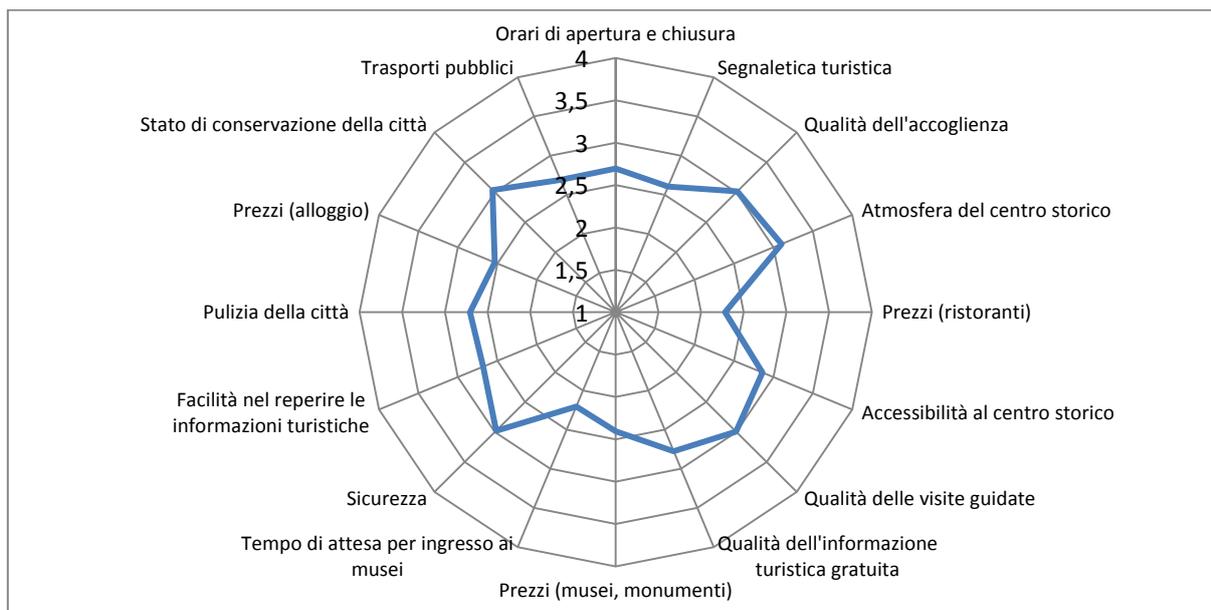


Figura 53 – Soddisfazione media (fonte: SiTI, 2012)

**Qual è la sua opinione complessiva sul suo soggiorno a Firenze? – domanda 19**

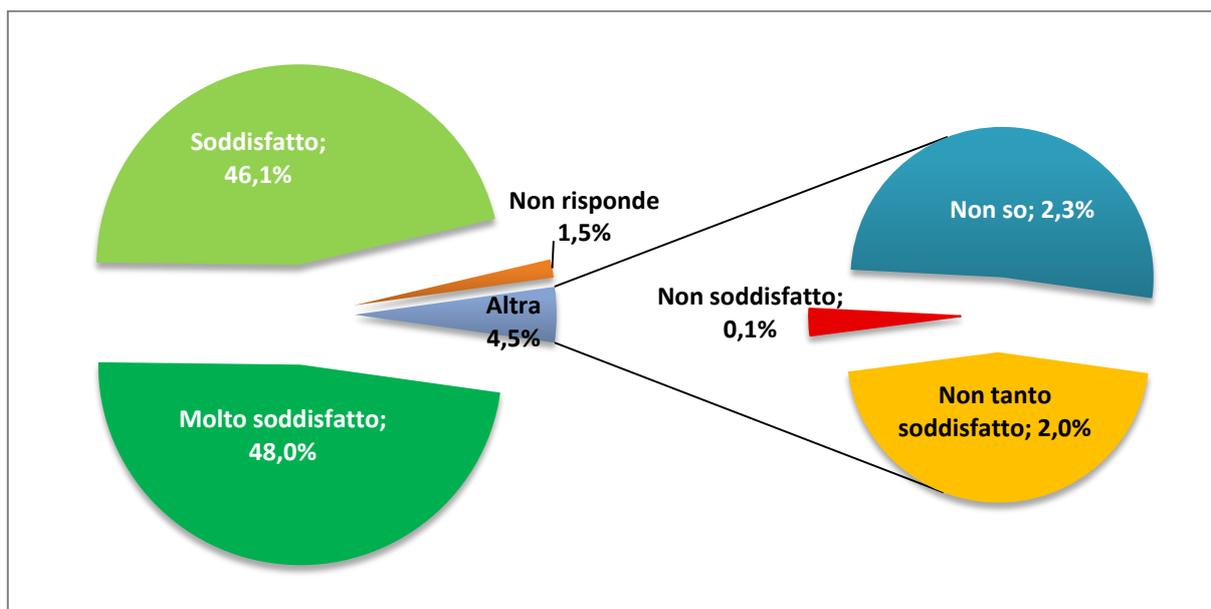


Figura 54 – Soddisfazione complessiva sul soggiorno (fonte: SiTI, 2012)

La soddisfazione complessiva sul soggiorno (Figura 52) è comunque decisamente positiva: quasi il 95% del campione si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto, mentre solo il 2,1% dà un giudizio negativo.

### **Spesa**

L'obiettivo di questa domanda non era tanto quello di ottenere delle indicazioni precise e puntuali per quantificare la spesa dei visitatori, quanto piuttosto essa si proponeva di indagare su quale delle aree indicate gli intervistati avessero o intendessero avere la maggiore propensione alla spesa. Riteniamo infatti che un'indicazione precisa sull'ammontare delle proprie spese sia un'informazione difficilmente ottenibile tramite una metodologia come quella applicata in questo studio, dato che spesso domande aperte di questo genere incorrono in distorsioni e scarsa credibilità nonché in una scarsa percentuale di rispondenti.

### **Per quale delle seguenti voci ha speso/pensa di spendere di più durante il suo soggiorno a Firenze? – domanda 20**

A questa domanda gli intervistati potevano indicare fino a quattro risposte. Da una verifica su coloro che hanno fornito più risposte, emerge quanto segue: il 47,7% ha dato una sola risposta, il 28,2% ha dato due risposte, il 14,5% ha dato tre risposte, il 4,8% ha sbarrato tutte le quattro caselle concesse.

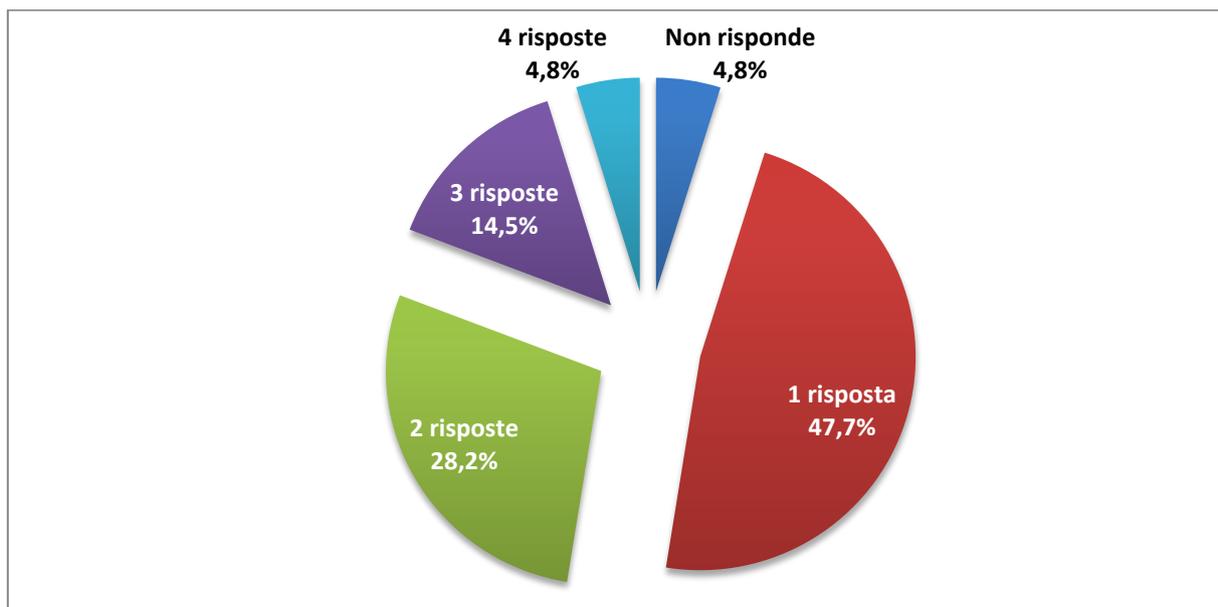


Figura 55 – Distribuzione delle risposte alla domanda 20 (fonte: SiTI, 2012)

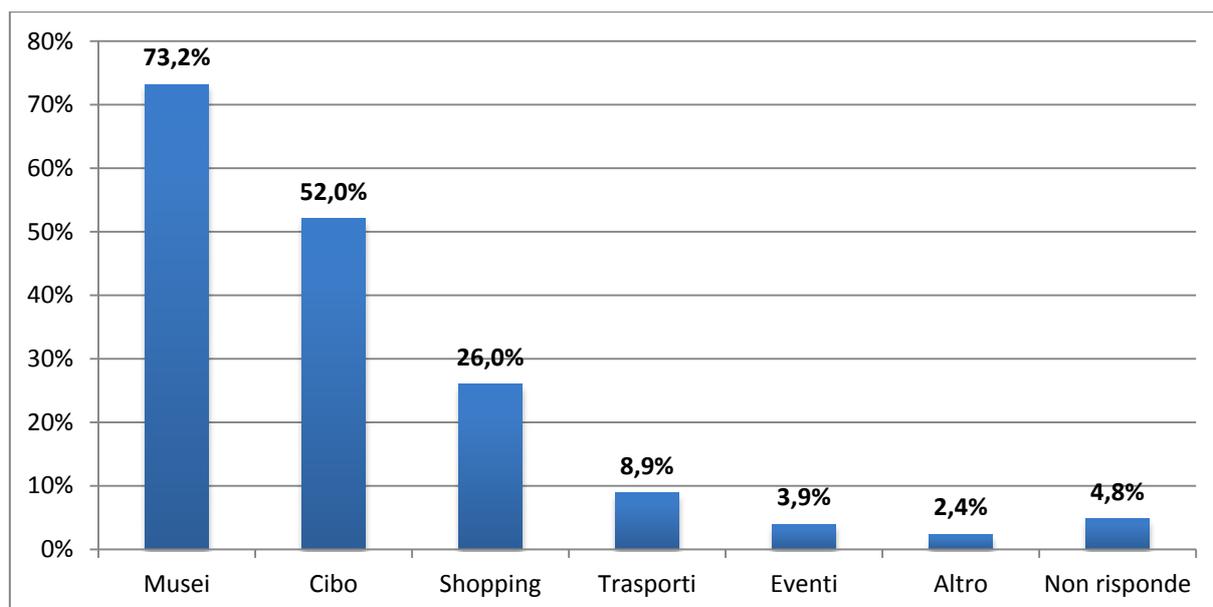


Figura 56 – Voci di spesa per cui è stato sostenuto un maggior esborso (fonte: SiTI, 2012)

Il 73,2% del campione ha speso per la visita a musei: come abbiamo già visto, infatti questa è l'attività più svolta dai visitatori. Il 52%, poi, ha acquistato anche del cibo durante il proprio soggiorno e più di un quarto del campione ha fatto shopping (26%) percentuale quest'ultima abbastanza elevata. In coda, meno del 9% degli intervistati ha utilizzato i trasporti e il 3,9% ha speso denaro per eventi particolari. Questi dati confermano che la larga maggioranza del campione si è recata in visita a Firenze con l'intenzione di visitare i musei.

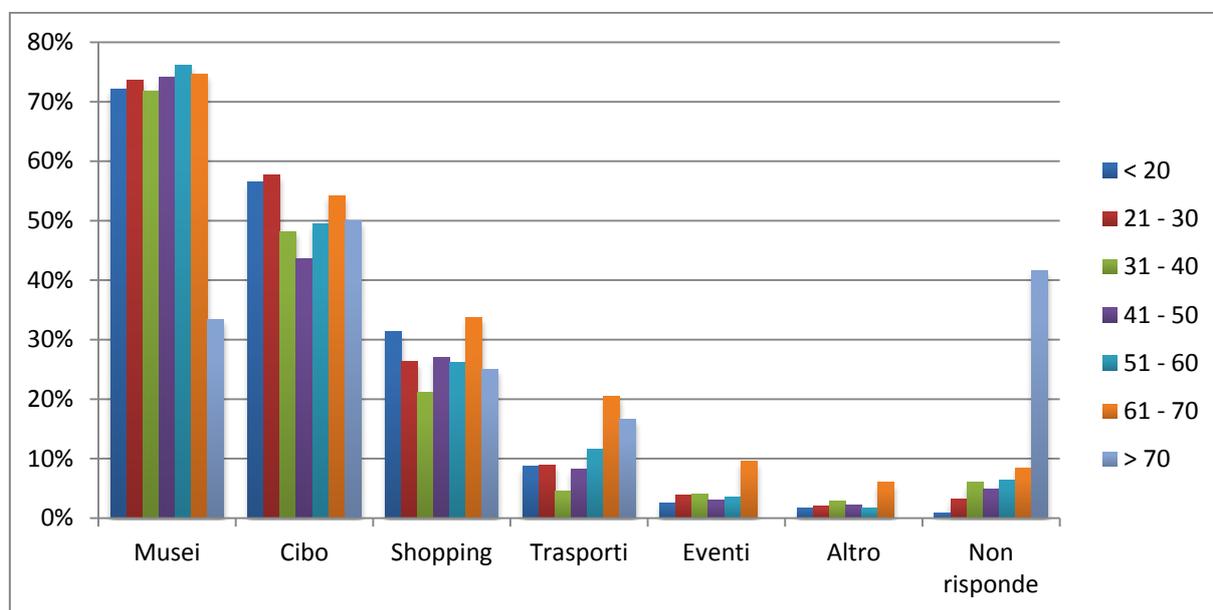


Figura 57 – Incrocio: spesa - età (fonte: SiTI, 2012)

Andando ad analizzare le spese dei visitatori tenendo conto dell'età, vediamo innanzitutto che per ogni fascia anagrafica vale la graduatoria delle voci di spesa che abbiamo visto per il campione complessivo. Ad un'analisi più attenta, possiamo evidenziare come chi ha più di 40 anni spenda leggermente di più per quanto riguarda i musei, mentre è chi ne ha meno di 30 a spendere maggiormente per il cibo. Lo shopping, invece, pare essere una voce di spesa trasversale rispetto alle diverse età degli intervistati.

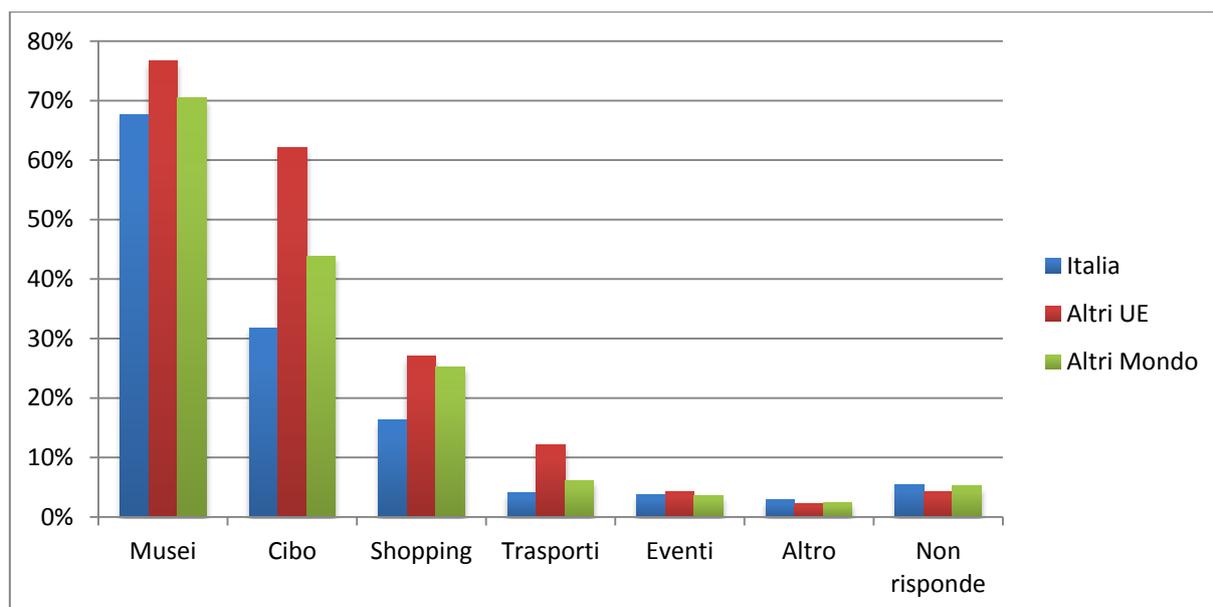


Figura 58 – Incrocio: spesa – provenienza (fonte: SiTI, 2012)

Da un'analisi incrociata tra spesa e provenienza dei visitatori, emerge in maniera evidente che gli italiani sono il sottocampione che spende di meno rispetto agli altri, soprattutto per quanto riguarda cibo e shopping. Vediamo invece che i visitatori provenienti da Paesi europei sono quelli che spendono maggiormente in percentuale rispetto alle altre categorie di intervistati per musei, shopping ma soprattutto per quanto riguarda la voce "Cibo", la quale è indicata dal 62% del sottocampione.

## Osservazioni conclusive

---

### Il profilo del visitatore di Firenze

Il profilo del turista della città di Firenze che è emerso grazie a questa analisi della domanda mostra un visitatore con un'età media di **36,9 anni** (la mediana è di 43 anni) mentre la classe modale è quella che va dai 21 ai 30 anni, la quale racchiude il 35,5% dell'intero campione. La ripartizione di genere vede le donne superare di poco la metà del campione con il 52,7%. La domanda relativa all'occupazione mostra la prevalenza di **professione** che possiamo definire genericamente come “**intellettuali**” o “**tecniche**” (studente, impiegato, dirigente, insegnante, libero professionista) rispetto a quelle tradizionalmente meno qualificate (operaio, artigiano, casalinga, agricoltore). Questo ci permette di supporre, anche in assenza di una domanda specifica relativamente al titolo di studio, di trovarci di fronte ad un campione con una elevata dotazione di capitale culturale ed un livello di istruzione medio-alto.

Poco più di un quarto degli intervistati (**26,7%**) è di **nazionalità italiana** mentre il restante **71,6%** proviene dall'**estero** ed è così suddiviso (l'1,8% del campione non ha risposto): il 25% del campione è composto da visitatori provenienti da Paesi extraeuropei, soprattutto USA (8,4%) Canada (2,9%) e Australia (1,9%), il 46,6% dei visitatori proviene da Paesi europei, in particolare Francia (18,7%) Regno Unito (8,7%) Spagna (5%) e Germania (4,1%). Per quanto riguarda la componente italiana, le regioni più rappresentate sono la Lombardia (17,4% degli italiani, 5% del campione), Lazio (13,8%) e Toscana al terzo posto (11,7%). Questi dati mostrano come Firenze sia una meta estremamente ben posizionata sul mercato turistico internazionale, e come il turismo di prossimità sia comunque notevolmente importante nell'economia del territorio.

Quasi la metà dei visitatori giunge a Firenze con la **famiglia (48,3%)**, il 13,8% con il partner, il 23,8% viaggia con gli amici e il 10,8% da solo. Solo l'1,4% degli intervistati fa parte di un gruppo organizzato, percentuale che appare leggermente sottostimata se consideriamo quanto detto in precedenza, ossia che Firenze si colloca senza dubbio all'interno dei circuiti tradizionali del turismo di massa. Prendendo in considerazione la dimensione della visita e l'età, emerge come al crescere di quest'ultima aumenti la percentuale di coloro che viaggiano con la famiglia e diminuisca specularmente la quota di chi viaggia in compagnia degli amici.

Il **21,8%** degli intervistati è composto da **escursionisti**, cioè da coloro che non pernottano all'interno della strutture ricettive di Firenze. Il restante **78%** del campione è composto da turisti che si trattengono in città prevalentemente dalle **3 alle 7 notti** (46,4%). La media della durata del soggiorno è infatti di **6 notti**, mentre la mediana, che essendo meno soggetta ai valori estremi fornisce una descrizione migliore della tendenza centrale, è di 3 notti. Meno di un quarto del campione (22,4%) si ferma in città per 1 o 2 notti mentre il rimanente 9,2% che pernotta per più di una settimana è composto al 60% da chi si ferma da una a due settimane (5,5% del campione totale).

La durata del soggiorno è influenzata soprattutto dall'età (tra coloro che hanno un'età superiore a 60 anni tende ad aumentare la quota di chi si trattiene per un periodo superiore a 7 notti), dal mese in cui si effettua il viaggio (gli escursionisti sono circa il doppio in agosto rispetto a settembre, mese in cui i visitatori che pernottano per una o due notte sono circa il 25% in più) e dal fatto che si tratti della prima visita alla città o no (tra chi non è alla prima visita è maggiore la percentuale di escursionisti mentre è minore la quota di chi pernotta tra le 3 e le 7 notti).

Una conferma a quanto appena affermato a proposito della durata della visita la possiamo trovare analizzando la domanda 16 del questionario, tramite a quale gli intervistati potevano esprimere quale fosse la migliore durata per visitare Firenze. Il 41% del campione considera una permanenza di 3-5 giorni come ideale per visitare la città, al secondo posto si colloca una permanenza più breve, 1-3 giorni (28,6%), e a seguire quelle più lunghe: 5-7 giorni (17,3%) e più di 7 giorni (11,1%).

Il **luogo di pernottamento** viene scelto prevalentemente **all'interno della città** (l'82,6% dei pernottanti opta per questa soluzione), mentre il 4,7% rimane comunque nelle vicinanze pernottando in provincia di Firenze. L'8,2% sceglie una località toscana e solo il 4,4% dei turisti pernotta al di fuori dei confini regionali. La struttura ricettiva preferita è l'albergo, scelto dalla metà dei pernottanti (50,3%), seguito da Bed&Breakfast (12,2%) e appartamento in affitto (10,7%). Più precisamente, predilige l'albergo chi pernotta a Firenze o in una località al di fuori della Toscana, mentre chi opta per la provincia fiorentina o un'altra città toscana sceglie maggiormente la soluzione dell'agriturismo e dell'appartamento affittato.

Per quanto riguarda le fonti di informazione tramite le quali i visitatori hanno organizzato la propria vacanza, il **web** si colloca al primo posto (**53,4%**) seguito dalla **conoscenza personale progressa** (**22,3%**). Ad un'analisi più profonda emerge chiaramente come la percentuale di coloro che si informano tramite il web decresca con l'aumento dell'età mentre la quota della voce "Conoscenza personale" segua un andamento opposto. L'incidenza percentuale della conoscenza personale, inoltre si dimezza negli stranieri rispetto al sottocampione composto dai visitatori italiani, dove è circa al 40%. Basandoci su questi dati possiamo affermare che il turista-tipo di Firenze organizza la propria visita prevalentemente in maniera autonoma, in particolare per quanto riguarda i turisti italiani. Le guide turistiche, che sono considerate generalmente una delle principali fonti di informazione per chi visita le città d'arte, sono utilizzate solo dal 3,6% del campione (soprattutto stranieri). Questo dato è sicuramente sottostimato in quanto le guide non rientravano tra le possibili scelte presenti sul questionario e la decisione di includere la voce relativa nell'elaborazione dei dati è dovuta al fatto che esse sono la fonte alternativa più indicata tra chi ha scelto la voce "Altro".

Per quanto concerne la motivazione principale della visita, l'**89%** del campione dichiara di trovarsi a Firenze in **vacanza**. Del restante 11% poco meno della metà dichiara di trovarsi in città per motivi di studio, quindi in definitiva solo il 6,2% del campione può essere considerato un visitatore occasionale di musei.

Passando a considerare le attività preferite agli intervistati vediamo confermarsi l'identikit del turista-tipo delle città d'arte: la larghissima maggioranza degli intervistati si reca a Firenze per visitarne i **musei (91%)**, i **monumenti (79%)** e anche solo per effettuare una semplice **passeggiata in città** per respirare l'atmosfera rinascimentale del centro storico (**83%**). Le altre attività registrano percentuali di gradimento inferiori al 40%, la più elevata delle quali è lo shopping al 38,2%, quota comunque tutt'altro che marginale. Lo shopping, inoltre, insieme alla partecipazione ad eventi specifici, è un'attività la cui incidenza percentuale decresce con l'aumento dell'età. In generale si può affermare che pressoché tutte le attività sono svolte in percentuale maggiormente dalle fasce giovani del campione (i minori di 20 anni sono quelli che mostrano più interesse verso le visite a musei, monumenti e mostre) tranne quelle che potremmo definire come maggiormente "colte", come assistere ad uno spettacolo teatrale.

Gli attrattori verso i quali i visitatori hanno espresso maggior interesse sono la **Galleria degli Uffizi**, **Ponte Vecchio** e **Palazzo Vecchio** che fanno registrare un gradimento superiore al 60% (73% per gli Uffizi). A seguire troviamo la Galleria dell'Accademia e il complesso di Santa Maria del Fiore, con

Cupola e Campanile di Giotto. Possiamo quindi concluderne che le attrazioni più tradizionali e note continuano a dominare l'interesse e l'immaginario dei visitatori di Firenze.

Quest'ultima considerazione è tanto più rilevante se consideriamo che i dati sulla fidelizzazione mostrano che il **63,5%** degli intervistati è alla **prima visita** del capoluogo toscano, circa il 15% è al suo secondo viaggio e un altro **15%** si è **già recato a Firenze dalle 2 alle 5 volte**. Ciò significa che la città, lungi dall'aver esaurito la propria spinta attrattiva, è in grado di attirare nuovi turisti, condizione essenziale per ogni meta turistica e per le città d'arte in particolare, e di fidelizzare chi vi ha già soggiornato. Infatti, confrontando i dati sulla fidelizzazione con gli attrattori più visitati emerge che chi non è al suo primo viaggio tende a tornare a Firenze per visitare i musei "minori", o che comunque non rientrano nei percorsi di visita più tradizionali.

Sempre a proposito dell'immagine che i visitatori hanno della città, una domanda richiedeva loro di indicare **l'aggettivo** in grado di descriverla al meglio. In definitiva possiamo affermare che gli aggettivi positivi si riferiscono in gran parte all'immagine che i turisti percepiscono di Firenze come "manufatto" storico-artistico, mentre quelli negativi fanno riferimento alla città come sistema urbano. Emerge quindi un'immagine di Firenze molto positiva dal punto di vista estetico e per l'atmosfera culturale stimolante che si respira all'interno del centro storico. È però d'obbligo sottolineare che, siccome chi ha risposto con un aggettivo negativo lo ha riferito soprattutto a caratteristiche di igiene, ordine, affollamento (anche acustico) e prezzi, l'immagine di Firenze che emerge è quella di un luogo più attraente come destinazione turistica che per abitarvi.

La voce di spesa per la quale la maggioranza dei visitatori dichiara di aver **speso di più** sono i **musei**, come abbiamo già visto infatti la visita ai musei è l'attività più svolta dagli intervistati. Più di metà del campione ha speso molto per il cibo e più di un quarto per lo shopping. Ad un'analisi più attenta, incrociando i dati sulla spesa con quelli sull'età, possiamo evidenziare come chi ha più di 40 anni spenda leggermente di più per quanto riguarda i musei, mentre è chi ne ha meno di 30 a spendere maggiormente per il cibo. Gli italiani sono il sottocampione che spende di meno rispetto agli altri, soprattutto per quanto riguarda cibo e shopping. Invece i visitatori provenienti da Paesi europei sono quelli che spendono maggiormente in percentuale rispetto alle altre categorie di intervistati per musei, shopping ma soprattutto per quanto riguarda la voce "Cibo".

Sul fronte invece dell'accessibilità interna, ossia dei mezzi utilizzati dai visitatori per spostarsi all'interno della città, la maggior parte del campione si sposta **a piedi** (circa il 70%), il 13,5% dichiara di servirsi del trasporto pubblico e il 7,4% di utilizzare la propria auto privata. Le altre voci sono utilizzate da percentuali trascurabili di visitatori, in particolare solo poco più del 2% si serve della bicicletta. La *Firenze Card*, che permette, oltre alla possibilità di accedere ai 50 musei convenzionati, di utilizzare in maniera gratuita i mezzi del trasporto pubblico locale, incentiva questa pratica nei turisti. Gli utilizzatori della tessera, infatti, pur muovendosi comunque per larga maggioranza a piedi, utilizzano in maniera maggiore il trasporto pubblico rispetto ai non utilizzatori della card, soprattutto a scapito dell'auto privata, autobus e bicicletta.

Per quanto riguarda la *Firenze Card*, più di metà degli intervistati è a **conoscenza dell'esistenza** della card (**53%**) mentre si ottiene quasi un quarto del campione sommando chi dichiara di **utilizzarla** (**16,4%**) e chi di avere intenzione di utilizzarla (8%)<sup>7</sup>. Il **47%** del campione ha dichiarato di **non**

---

<sup>7</sup> Si ricorda che, siccome presso i punti di rilevazione della Galleria dell'Accademia e degli Uffizi le interviste sono state condotte ai visitatori che si trovavano in coda ai musei, e siccome la Firenze Card permette a chi la sottoscrive di accedere ai musei mediante un ingresso preferenziale, evitando così le code alle biglietterie, è ragionevole supporre che la percentuale degli utilizzatori della tessera risulti sottorappresentata.

**conoscerla.** A questo proposito, è interessante notare come la conoscenza circa l'esistenza tessera migliori con l'aumento della durata del soggiorno, il che indica che la comunicazione *in situ* a proposito della Firenze Card risulta decisamente adeguata. La **soddisfazione** sui vari aspetti della tessera è in media molto buona, in particolare per quanto riguarda l'utilità e il numero di musei convenzionati, mentre la maggior insoddisfazione la fa registrare la voce relativa al prezzo di acquisto. È possibile affermare che l'obiettivo che ci si era posti con l'introduzione della Firenze Card, ossia quello di razionalizzare la fruizione dei musei indirizzando i visitatori anche verso le strutture meno conosciute, è stato raggiunto. Dai dati infatti emerge che chi utilizza la tessera mostra una maggiore propensione alla visita dei musei minori o che comunque non rientrano negli usuali percorsi di visita dei turisti.

È molto rilevante cercare di capire chi siano gli utilizzatori della tessera, così come i **"potenziali" utilizzatori**, ossia quelle fasce di visitatori che è necessario tentare di coinvolgere e indurre all'utilizzo. A questo proposito, con riferimento all'età, l'utilizzo della card è maggiore nelle classi anagrafiche centrali mentre è altamente indicativo che la maggioranza dei visitatori al di sotto dei 30 anni non sia a conoscenza dell'esistenza stessa della tessera. Gli stranieri, in particolare provenienti da Paesi europei, sono più informati e utilizzano maggiormente la tessera rispetto agli italiani. Questo può essere in parte dovuto alle fonti di informazione utilizzate per organizzare il viaggio, siccome gli stranieri utilizzano in maniera maggiore rispetto agli italiani gli uffici del turismo e questi ultimi sono il migliore veicolo di informazione circa la tessera. I visitatori che invece pur conoscendo la tessera **non la utilizzano** lo fanno principalmente in quanto i) ritengono che il costo della tessera sia troppo elevato e ii) in percentuale maggiore si trattengono a Firenze per un periodo di tempo inferiore alla durata della card rispetto alla categoria degli utilizzatori.

Per quanto riguarda il livello di soddisfazione sui vari aspetti del soggiorno, i visitatori esprimono un **giudizio molto buono** per l'atmosfera del centro storico e lo **stato di conservazione della città** (più dell'80% del campione è soddisfatto), la qualità dell'accoglienza e la sicurezza (>70%), l'accessibilità al centro storico, la pulizia della città, la facilità di reperimento delle informazioni turistiche e gli orari dei musei (>60%). Le risposte **negative** ("Non tanto soddisfatto" e "Non soddisfatto") superano quelle positive solo nel giudizio sui **prezzi dei ristoranti e musei** e sul **tempo di attesa per i musei**. Le visite guidate e i trasporti pubblici fanno registrare un'elevata percentuale di risposte "Non so", indice che questi servizi sono poco utilizzati dai visitatori. La soddisfazione complessiva sul soggiorno è comunque decisamente positiva: quasi il **95%** del campione si dichiara **soddisfatto** o **molto soddisfatto**, mentre solo il 2,1% esprime un giudizio negativo.

Per quanto riguarda la conoscenza dell'iscrizione del centro storico di Firenze nella lista del Patrimonio Mondiale Unesco nonché la capacità di riconosce e descrivere il relativo logo. Possiamo affermare di trovarci di fronte ad un **turismo estremamente consapevole**, infatti il 65,4% del campione dichiara di sapere che il centro storico è patrimonio dell'umanità e il 64,3% di riconoscere il relativo logo Unesco e, di questi, solo l'11,8% alla richiesta di fornirne una spiegazione ne dà una errata o fuorviante. Inoltre il logo è conosciuto maggiormente dagli intervistati appartenenti alla fascia d'età che va dai 21 ai 40 anni e dai visitatori italiani, mentre sono gli stranieri, in particolare provenienti dall'Europa, che ne forniscono una spiegazione migliore.

Tabella 3 – Il profilo del visitatore di Firenze (fonte: SITI, 2012)

<b>Caratteristiche generali</b>	
Età media: 37 anni Livello di istruzione: medio-alto	Occupazione: studente, impiegato, dirigente, insegnante, libero professionista
<b>Provenienza</b>	
Italia (26,7%): - Lombardia - Lazio - Toscana	Estero (71,6%): - Francia - Regno Unito - USA
<b>Informazioni generali su viaggio e soggiorno</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viaggia prevalentemente con la famiglia, al secondo posto viaggia con gli amici e al terzo in coppia. Il 10,8% viaggia solo</li> <li>- Durata media del soggiorno: 6 notti (mediana: 3); il 21,8% sono escursionisti</li> <li>- Circa due intervistati su tre sono alla prima visita</li> <li>- Predilige la sistemazione in albergo chi soggiorna a Firenze o al di fuori della Toscana</li> <li>- Chi pernotta in provincia di Firenze o in un'altra città toscana opta per l'agriturismo e appartamento in affitto</li> <li>- Organizza la vacanza autonomamente tramite il web o la conoscenza personale pregressa</li> <li>- Attività principali: visite ai musei e monumenti e un semplice passeggiata in città. Al 4° posto lo shopping. I più attivi sono i giovani &lt; 20 anni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uffici, Ponte Vecchio, Palazzo Vecchio e complesso del Duomo dominano interesse dei turisti</li> <li>- All'interno della città si muovono prevalentemente a piedi (al 2° posto il trasporto pubblico)</li> <li>- Le voci di spesa più consistenti sono musei e cibo, shopping è al terzo posto</li> <li>- Motivazione predominante per la visita è "turismo", seguita da "studio"</li> <li>- L'immagine di Firenze che emerge è molto positiva dal punto di vista estetico, culturale e per l'atmosfera all'interno del centro storico</li> <li>- Le caratteristiche maggiormente negative nell'immaginario dei turisti si riferiscono soprattutto a igiene, ordine, affollamento (anche acustico) e prezzi.</li> </ul>
<b>Firenze Card</b>	
53% ne conosce l'esistenza: - 16,4% la utilizza - 8% pensa di utilizzarla - 27,6% la conosce ma non la utilizza Maggioranza giovani <30 anni non la conosce	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soddisfazione elevata per utilità e musei convenzionati, bassa per il prezzo</li> <li>- "La conosco ma non la utilizzo": costo elevato e tempo di permanenza inferiore a 3 giorni</li> <li>- La card incentiva la visita ai musei minori</li> </ul>
<b>Soddisfazione</b>	
Molto elevata per l'"atmosfera" del centro storico e stato di conservazione della città; elevata per la qualità dell'accoglienza e la sicurezza.	Bassa per prezzi di ristoranti e musei e tempo di attesa per i musei Il giudizio sul soggiorno nel suo complesso è comunque molto positivo
<b>UNESCO</b>	
65,4% sa che centro storico è iscritto nella lista del Patrimonio dell'Umanità 64,3% riconosce il relativo logo Unesco	Tra chi dichiara di riconoscere il logo, solo l'11,8% non è in grado di fornirne una descrizione corretta (25% non risponde)